

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR - MATRIZ  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA APERTURA DE UNA SUCURSAL “IFIX  
EC” EN EL SECTOR NORTE DE QUITO**

**FRANCISCO DAVID ZAMBRANO VIZUETE  
DIRECTOR: MGTR. SANTIAGO RAFAEL CARRASCO COBO**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:  
ESTRATEGIA Y ARQUITECTURA EMPRESARIAL**

**QUITO, MAYO-2022**

# Contenido

Resumen ejecutivo .....	6
Introducción .....	7
Objetivos .....	7
Objetivo General .....	7
Objetivos Específicos.....	7
Formulación del problema .....	9
Sistematización del problema .....	9
CAPÍTULO 1: Diagnóstico de la empresa .....	1
1.1    Análisis situacional .....	1
1.1.1    Ambiente interno. ....	1
1.1.2    Ambiente Externo .....	6
1.2    Macroentorno .....	15
1.2.1    Factores Políticos .....	15
1.2.2    Factores Económicos .....	16
1.2.3    Factores Sociales.....	21
1.2.4    Factores Tecnológicos .....	22
1.2.5    Factores Ecológicos. ....	23
Capítulo 2: Marco Conceptual .....	25
2.1    Marco conceptual.....	25
2.1.1    Proyecto de factibilidad .....	25
2.1.2    Plan de negocios .....	25
2.1.3    Estudio Financiero .....	27
2.1.4    Estudio de Mercado .....	27
2.1.5    Demanda .....	28
2.1.6    Oferta .....	31
Capítulo 3: Desarrollo metodológico/ estudio de mercado.....	35
3.1    Campo y universo de estudio.....	35
3.2    Población y muestra .....	36
3.2.1    Cálculo de la muestra.....	36
3.3    Tipo de estudio.....	38
3.4    Tipo de diseño.....	38
3.5    Técnicas e instrumentos para la recolección de datos .....	39
3.6    Elaboración del cuestionario.....	40

3.7	Informe.....	40
Capítulo 4. Propuesta elaboración del proyecto de Factibilidad.....		54
4.1	Estudio técnico.....	54
4.1.1	Localización.....	54
4.1.2	Requerimiento técnico.....	56
4.2	Análisis Legal.....	62
4.3	Análisis ambiental.....	63
4.4	Gestión de Marketing.....	64
4.4.1	Mercado Meta.....	64
4.4.2	Demanda Potencial.....	67
4.5	Análisis Financiero.....	77
4.5.1	Inversión de activos fijos.....	77
4.5.2	Inversión inicial.....	78
4.5.3	Flujo de ingresos.....	79
4.5.4	Flujo de egresos.....	80
4.5.5	Flujo financiero neto.....	82
Conclusiones y recomendaciones.....		89
Conclusiones.....		89
Recomendaciones.....		91

## INDICES DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b>	Matriz de perfil competitivo.....	8
<b>Tabla 2:</b>	Puntuación final matriz comparativa.....	9
<b>Tabla 3:</b>	Resumen de proveedores.....	14
<b>Tabla 4:</b>	Tasas de interés activas efectivas referenciales vigentes para el sector financiero privado, público y, popular y solidario.....	17
<b>Tabla 5:</b>	Tasas de interés activas máximas vigentes para el sector financiero privado, público y, popular y solidario establecidas por la junta de política y regulación financiera.....	18
<b>Tabla 6:</b>	Tasas de interés pasivas efectivas promedio por instrumento.....	19
<b>Tabla 7:</b>	Reservas Internacionales (RI).....	19
<b>Tabla 8:</b>	Datos para el cálculo de la muestra.....	35
<b>Tabla 9:</b>	Ubicación clientes según fuentes secundarias.....	36
<b>Tabla 11:</b>	Cálculo de la muestra.....	37
<b>Tabla 12:</b>	Número de encuestas ha aplicar según sector.....	37
<b>Tabla 13:</b>	Tipo de estudio y diseño.....	38
<b>Tabla 14:</b>	Esquema de recolección de datos.....	39
<b>Tabla 15:</b>	Matriz de Localización.....	54

<b>Tabla 16:</b> Afluencia de clientes por sectores según el estudio de mercado .....	55
<b>Tabla 17:</b> Costos de puesta en Marcha .....	58
<b>Tabla 18:</b> Recurso Humano .....	59
<b>Tabla 19:</b> Detalle de gasto de operación .....	61
<b>Tabla 20:</b> Documentos legales para apertura .....	63

## **TABLA DE FIGURAS**

<b>Figura 1. Estructura funcional de Ifix .....</b>	<b>2</b>
<b>Figura 2. Reservas internacionales.....</b>	<b>21</b>
<b>Figura 3, Reservas internacionales expresadas en millones de dólares .....</b>	<b>21</b>
<b>Figura 4:</b> Matriz FODA .....	24
<b>Figura 5: Fórmula Finita .....</b>	<b>36</b>
<b>Figura 6:</b> Desarrollo de la formula .....	37
<b>Figura 7:</b> Edad de la /del encuestado .....	40
<b>Figura 8:</b> Sector trabajo o vivienda.....	41
<b>Figura 9;</b> dispone de equipo Apple.....	43
<b>Figura 10:</b> dispositivo Apple que tiene.....	43
<b>Figura 11:</b> realiza mantenimiento .....	44
<b>Figura 12:</b> frecuencia del mantenimiento .....	45
<b>Figura 13:</b> mantenimiento de equipos .....	46
<b>Figura 14:</b> calidad del servicio.....	47
<b>Figura 16:</b> servicios de centros técnicos .....	49
<b>Figura 17:</b> evaluación servicios prestados iFix.....	49
<b>Figura 18:</b> evaluación servicio.....	50
<b>Figura 19:</b> experiencia con iFix .....	51
<b>Figura 20:</b> Plano Referencial - Layout .....	57
<b>Figura 21:</b> Plano Referencial 3D - Layout.....	58



## **Resumen ejecutivo**

El objetivo general del proyecto es determinar la factibilidad para la creación de una sucursal de “iFix Ec” en el sector norte de Quito que permita aprovechar una posible demanda insatisfecha, este proyecto nace como una alternativa para mejorar los ingresos económicos de la empresa, posicionar a la marca, mejorar costos de producción e importación y generar fuentes de empleo, sin incurrir en gastos; antes de tener la certeza de que la inversión a realizar tendrá éxito.

Para conocer la factibilidad se analizó la situación interna y externa de la empresa como está constituida, sus puntos fuertes y eslabones débiles, la competencia, clientes, factores económicos, políticos, tecnológicos, etc. Para finalizar con una matriz FODA que sintetice todos los componentes estudiados. Después se plantea un marco teórico para identificar terminología práctica para el programa, se usa la metodología de investigación, la cual tendrá un nivel de estudio descriptivo, el mismo que tiene como objetivo detallar y analizar si es factible establecer una nueva sucursal con diseño transversal, ya que los datos serán recolectados en un determinado momento del tiempo además se usan estudios de caso, estudios cuantitativos no experimentales. Posteriormente, se procede a realizar un estudio de mercado mediante encuestas para determinar la ubicación de la nueva sucursal, la oferta, demanda, recursos técnicos, legales y financieros para sustentar el proyecto y en consiguiente efectuar una evolución financiera con un punto de equilibrio de \$36,666.44, VAN positivo de \$3679,31, TIR de 55% y concluir que el proyecto es rentable si las ventas llegan a \$3381 mensuales o \$40572 anuales con una capacidad de producción de 90,3%.

## **Introducción**

“iFix Ec” es una empresa tecnológica que se desempeña en la reparación de equipos Apple con repuestos certificados por la marca; dispone de mano de obra calificada, especialista en computadores, tabletas electrónicas, equipos celulares, relojes inteligentes, etc. De la marca más aclamada y cotizada del planeta. La empresa “iFix Ec” es una empresa *partner* de la primera compañía *Apple Premium Reseller* del Ecuador “Mundo Mac” y nace como una alternativa eficaz y accesible de repuestos Apple; debido a que antes de la pandemia los equipos que no fuesen comprados en Estados Unidos no tenían soporte técnico en el país y muchos clientes tenían que acudir a sitios técnicos de bajos estándares de calidad para reparar sus dispositivos Mac. “iFix Ec” presta sus servicios a la demanda insatisfecha de Mundo Mac que no tienen la posibilidad de acudir al departamento técnico Apple; ya sea por estatutos internacionales o por los costosos repuestos que maneja un centro internacional especializado de la marca.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

- Determinar la factibilidad para la creación de una sucursal de “iFix Ec” en el sector norte de Quito que permita aprovechar una posible demanda insatisfecha.

### **Objetivos Específicos**

- Determinar la oferta y demanda actual de servicios de reparación y de personas que poseen equipos tecnológicos marca Apple en el sector norte de Quito.
- Desarrollar un estudio técnico en el cual se detallará la ingeniería, el tamaño y la localización para la apertura de la nueva sucursal.
- Analizar la factibilidad de mercado, financiera, técnica y legal para la apertura de una sucursal “iFix Ec”.

### **Planteamiento del problema**

La empresa “iFix Ec” se dedica a la reparación de equipos Apple, posee un único local que no abastece a la demanda actual de usuarios. La empresa está situada en el concurrido sector de la Carolina, por tal motivo existe dificultad para acceder a las instalaciones en horas de gran afluencia, factores como la similitud de empresas que toman el nombre de “iFix” para aparentar calidad y confianza (confunden al consumidor), el tiempo de espera en reparaciones complejas, aglomeración al momento de ingresar al local, etc. Todas estas inconformidades han ocasionado que los clientes se inclinen por la competencia cercana o prefieran lugares más cercanos a sus domicilios. Reemplazando a “iFix” por servicios “más rápidos y económicos” que no poseen protocolos de seguridad; por consiguiente, la empresa deja de percibir valores económicos al no poseer otro punto de venta de igual calidad que la matriz.

Tomando en cuenta todos los factores antes mencionados, se considera oportuno realizar un proyecto de factibilidad que ayude a los administradores a tomar decisiones eficaces que ayuden al crecimiento de la empresa y de esta manera satisfacer las necesidades de los clientes y no dejar campo abierto a la competencia. Según el (Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), 2017) el cantón Quito es el segundo más poblado con 2'644.145 personas, de este número él (Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), 2017) dice que “siete de cada 10 quiteños tiene un celular activado, de ellos el 66,9% tiene un smartphone”. El índice de consumo indica que para futuros años la mayoría de quiteños dispondrá de tecnología móvil a gran escala, por ende, muchos necesitarán ayuda con sus aparatos electrónicos, ya que estos por lo general tienden a sufrir golpes en la pantalla, agotar baterías, nuevas actualizaciones de software, etc. Según el medio español CNN (Graham, 2020) los adultos mayores tienen dificultad con la tecnología y buscan ayuda profesional en centros de servicio como la empresa estudiada.

La presente propuesta tiene varias limitaciones, como por ejemplo se desconoce con exactitud el porcentaje de población quiteña que poseen equipos de tecnología marca Apple, además, la competencia busca componentes económicos con el objetivo de abaratar costos y ofrecer precios atractivos con la finalidad de atraer clientes e incrementar su popularidad en el mercado; al contrario, “iFix” solo maneja repuestos de calidad *premium* importados de Estados Unidos ocasionando un incremento en el costo de reparación. Otro ítem importante a considerar es adquirir un local con infraestructura adecuada (parqueadero) a fin de asegurar la comodidad y seguridad

de los clientes; considerando que los productos que se van a manipular son de alta gama, pesados y de difícil transporte.

### **Formulación del problema**

¿Cuál es la factibilidad para la creación de una nueva sucursal “iFix Ec” en el sector norte de Quito que permita aprovechar una posible demanda insatisfecha?

### **Sistematización del problema**

¿Cuál es la oferta y demanda de servicios de reparación para dispositivos marca Apple en el sector norte de Quito?

¿Cuáles son los recursos que se necesitan para la apertura de una nueva sucursal?

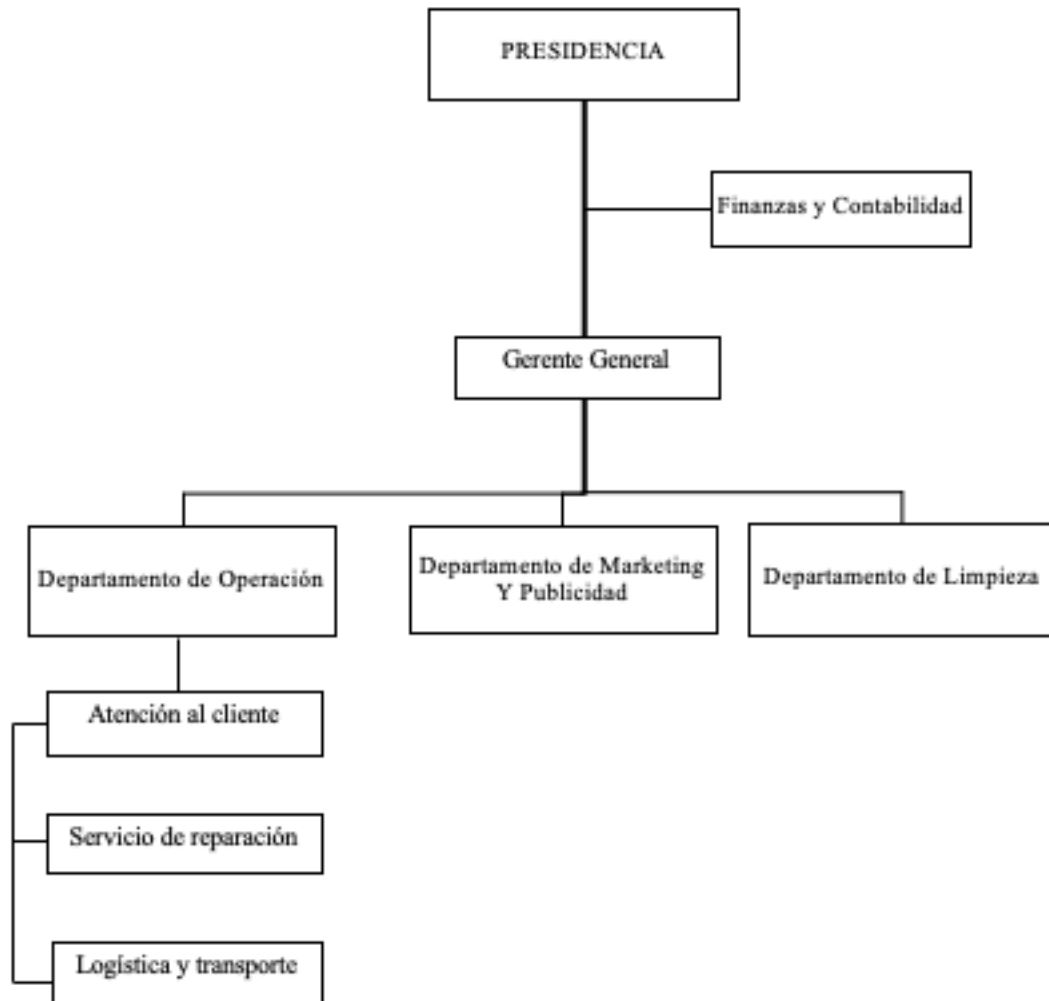
¿Cuál es la factibilidad de mercado, financiera, técnica y legal para la apertura de una nueva sucursal de la empresa “iFix Ec”?

## **CAPÍTULO 1: Diagnóstico de la empresa**

### **1.1 Análisis situacional**

#### ***1.1.1 Ambiente interno.***

La empresa iFix Ec tiene un solo local matriz ubicada en la calle Eloy Alfaro N33-27 y Rusia, sector la Carolina, aquí funciona el departamento de operación técnica, punto de recolección, servicio de consultoría, venta de accesorios y reparación de los equipos de la marca Apple. La organización se encuentra constituida legalmente en el mercado, por tal motivo requiere de un orden jerárquico en el cual se especifique las funciones principales, canales de supervisión y la autoridad relativa de cada colaborador en su departamento respectivo, iFix Ec cuenta con un organigrama estructural pequeño, pero bien definido, mismo que está constituido por: un presidente (líder y dueño), gerente general (administración), contadora (área financiera), dos técnicos especialistas, una persona encargada de marketing y por último el personal de limpieza y mantenimiento, a continuación, se presenta el organigrama estructural de la empresa.



**Figura 1. Estructura funcional de Ifix**

***Estructura Funcional de los colaboradores***

**Gerente General**

Requisitos: experiencia en cargos similares mínimo 3 años, estudios de tercer nivel en administración de empresas, finanzas y relaciones públicas, inglés intermedio como mínimo, capacidad para trabajar bajo presión y conocimientos en equipos tecnológicos marca Apple.

**Funciones**

- Análisis de estados financieros.
- Administrar la empresa.

- Planificar y coordinar con la presidencia estrategias para motivar al rendimiento del personal, capacitaciones de mejora continua, etc.
- Buscar nuevos clientes potenciales.
- Supervisar las campañas de marketing y publicidad.
- Investigar y encontrar nuevos proveedores que garanticen calidad en sus productos.
- Proponer a la presidencia estrategias para fidelizar al cliente y cumplir con las metas trazadas de la organización.

### Contador o financiero

Requisitos: experiencia mínima de tres años en puestos similares, estudios de tercer nivel ya culminados en contabilidad y auditoría.

#### Funciones

- Llevar el control de ingresos y egresos de la empresa.
- Certificar los pagos a los colaboradores
- Ofrecer información ordenada del estado económico y financiero de la empresa.
- Pagar las facturas a tiempo
- Tener los estados financieros a tiempo para revisión y así tomar decisiones.
- Determinar planes financieros.
- Verificar metas con presupuesto.
- Realizar las declaraciones tributarias.
- Control recursos humanos
- Verificar presupuesto con metas establecidas.

### Marketing y publicidad

Requisitos: experiencia mínima de dos años en trabajos similares, trabajar bajo presión, estudios de tercer nivel culminados en comercio, publicidad y marketing, ser creativo y manejar redes sociales.

#### Funciones

- Definir objetivos y estrategia.
- Investigar y segmentar el mercado potencial.

- Desarrollar planes estratégicos de marketing para la empresa y un plan de acción concreto.
- Generar, investigar e implementar nuevas ideas y formas de desarrollo.
- Impulsar el posicionamiento de la empresa.

### Atención al cliente

Requisitos: buena comunicación, presentación impecable, conocimiento en productos y accesorios compatibles, marca Apple, estudios mínimo bachiller, inglés intermedio.

#### Funciones

- Informar sobre los productos y servicios que ofrece la empresa.
- Recepción de equipos (celulares, computadores, relojes, tabletas, etc.)
- Impulsar y vender accesorios.
- Recibir solicitudes, preguntas y quejas de los clientes.
- Asistir el teléfono móvil del local y responder preguntas en las distintas redes sociales.
- Brindar asistencia técnica especializada.
- Comunicar informes técnicos a los usuarios
- Facturación.

### Técnicos

Requisitos: experiencia mínima de 3 años en reparación de equipos electrónicos, marca Apple, capacidad de redactar informes técnicos, amplio conocimiento en software y hardware (iOS, macOS, iPadOs, watchOs, etc.), inglés intermedio como mínimo, experiencia en micro-soldadura y *reballing*.

#### Funciones

- Cambio de pantallas y display
- Cambio de baterías.
- Diagnóstico con software.
- Micro-soldaduras de placas madre.
- Actualización y mantenimiento de computadoras marca Apple.
- Redacción de informes técnicos.

- Limpieza y mantenimiento de equipos mojados (celulares, computadores, relojes, tabletas, etc.)

### Transporte y logística

Requisitos: poseer licencia profesional, ser responsable y honesto, trabajar bajo presión, conocer centro norte de Quito, tener conocimientos en depósitos y cobranza, estudio bachillerato.

- Planificar las rutas de distribución.
- Transporte de mercadería.
- Depósito y cobranza.
- Servicio de domicilio.

### Limpieza

Requisito: experiencia laboral comprobable, estudio bachiller, conocimiento en suministros y productos químicos de limpieza, personal honesto y responsable.

- Preparar, transportar y recoger los materiales de limpieza.
- Orden y limpieza en áreas públicas e internas de las perchas.
- Preparar la sala de reuniones.

La empresa iFix respeta todos los derechos laborales de los empleados, bonificaciones, horas extra, días festivos, vacaciones, sueldos y salarios, utilidades, etc. La empresa tiene un código estricto de ética, sobre todo con respecto a clonación de software e información personal; los clientes confían en la empresa para que toda su información sea respetada.

Al paso del tiempo la empresa ha ganado cierto reconocimiento en la industria de la reparación de equipos Apple por su calidad de servicio y garantías que otorgan a su clientela, esto ha generado que se incremente la demanda, pero la empresa tiene un problema con la actual infraestructura, puesto que el local tiene 35 metros cuadrados de dimensión (entre laboratorio técnico y área de recepción) esto ha provocado que exista una demanda insatisfecha y productos no vendidos por falta de exhibición, además la competencia se ha aprovechado de esta falencia para expandirse a los alrededores de la empresa e imitar las estrategias de iFix y de cierta manera han clonado el nombre para opacar la marca real y confundir a los clientes. Para dar solución a esta problemática, los altos cargos gerenciales tienen como estrategia abrir una nueva sucursal iFix para de esta

manera satisfacer al mercado e intentar llegar a personas jurídicas, así también fortalecer el área técnica con la adquisición de maquinaria que está a la vanguardia de las nuevas tendencias tecnológicas.

### ***1.1.2 Ambiente Externo***

#### **Clientes.**

El mercado que trabaja con “iFix Ec” está conformado por usuarios exigentes, que buscan productos de primer orden, con garantía extendida y con escaso tiempo de espera en las reparaciones. Aproximadamente iFix atiende de 4 a 7 clientes diarios con un promedio de venta que va desde 400 a 500 dólares, el tiempo en reparación es 30 minutos o menos en baterías; 40 minutos a una hora en pantallas; 24 horas hábiles en computadores personales o de escritorio, y 48 horas, en cambio de pantallas de *ipads* y relojes.

El portafolio actual de cliente que maneja iFix es de 120 usuarios al mes aproximadamente, de los cuales el 95% corresponden a personas naturales y tan solo el 5% es de clientes corporativos. Para crear un vínculo de confianza entre el cliente y la empresa se entrega un documento legal antes de ingresar los equipos en donde se detalla el compromiso como prestador de servicios, a mantener confidencialidad, al hacer cualquier reparación de índole personal (copias de seguridad de información, bancos, contactos, etc.), estas acciones crean confianza entre ambas partes y también hay un código legal escrito y firmado que respalda los trabajos a efectuar. La organización busca ampliar su cartera de clientes corporativos, ya que estos otorgan mayor rentabilidad a la empresa dinamizando costos de operación y logística.

#### **Competencia.**

La empresa se desenvuelve en el sector tecnológico, depende de la situación financiera y de mano de obra de sus proveedores en Estados Unidos, muy pocas veces por dificultades de logística y escasez de producto se utilizan proveedores nacionales que cumplan con normas de alta calidad, para la compra de materia prima.

La competencia es feroz debido a que existe gran facilidad de adquisición de repuestos y accesorios de mala calidad a nivel nacional, esto ocasiona que la competencia crezca en cortos periodos, pero los clientes, al ver que sus equipos a corto tiempo vuelven a presentar la misma falla o mayor cantidad de problemas que al inicio de cambiar el repuesto.

### ***Competencia directa***

#### **Happy Phone**

Tiene actualmente 3 establecimientos, uno en las avenidas Shyris, Amazonas y en la parroquia de Cumbaya son especialistas en varias marcas de equipos celulares, tienen experiencia en micro soldadura de placas madre, sus precios están a la par con iFix; sus falencias recaen en el uso de repuestos de baja calidad, su política de 3 meses de garantía. Un punto a favor es su forma de promocionarse mediante cuñas radiales y no como lo hacen muchas empresas en la actualidad (redes sociales); últimamente Happy Phone ha patrocinado eventos de índole musical y deportivo. Presta un servicio de suscripción de garantía anual sobre equipos Apple y actualmente está vendiendo franquicias de su empresa (nadie las ha comprado).

#### **Wintech Ecuador**

Esta empresa posee una marca internacional, tiene presencia en Colombia, México, Bolivia, Guatemala, Argentina, Chile y desde enero del 2022 en Ecuador, su popularidad se debe a su CEO, el colombiano Wilmer Becerra, quien transmite en plataformas digitales como Facebook el proceso de reparación de los equipos con una sutileza y destreza que solo un líder carismático lo puede realizar llevando a Wintech a una fama digital enorme, los repuestos que utilizan son de fabricación china y disponen de 90 días de garantía.

#### **AppTek**

Es uno de los primeros centros autorizados de Apple en Ecuador, sus productos son originales debido a que son representantes de Mac en el país, no disponen de gran cantidad de stock porque se remiten a políticas de Apple internacional y entre su reglamento menciona que solo podrán dar soporte a equipos comprados en Ecuador por número de serie (solo ciertos modelos) y además por un aproximado de 5 años desde la fecha de lanzamiento del dispositivo, es decir no hay soporte

para equipos *vintage*; cabe destacar que el mercado ecuatoriano no adquiere productos cada lanzamiento (cada año) y prefiere conservar sus máquinas hasta su obsolescencia. Además, por ser repuestos, genuinos e importados, sus precios son extremadamente costosos, muchas de las veces sobrepasan el valor real del equipo en cuestión. Los suministros que manejan son de excelente fabricación, por disposición de Apple entregan 3 meses de garantía. No disponen canales de publicidad y promoción debido a la confianza que se han ganado a lo largo del tiempo es suficiente para que los clientes confíen en la organización.

### **Mundo Display**

Es una empresa que se caracteriza por el tiempo de reparación (40 minutos), su estilo para ganar mercado es la reparación de equipos celulares en vivo (frente al cliente), acciones que no son aprobadas por el fabricante, porque los estatutos de Apple indican y obligan que los dispositivos sean abiertos en laboratorios cerrados con una malla elástica antiestática y una pulsera electromagnética para evitar cortos eléctricos por variación frecuencias energéticas. Los locales se encuentran en los principales centros comerciales de Quito como Escala Shopping, Cumbaya, CCI en Quito norte y Condado Shopping, no están tan enfocados en redes sociales, pero si comparten contenido y promociones por plataformas como Facebook e Instagram. Sus repuestos son de baja calidad (repuestos nacionales) y por ende entregan máximo 90 días de garantía.

### **Smart Fix**

Tienen varios locales comerciales donde distribuyen equipos Apple *open box* se ubican en Av. 6 de diciembre y Portugal, Av. Portugal y Luxemburgo, Condado Shopping y Centro Comercial El Recreo, pero su servicio técnico está implantado en la 6 de diciembre, sus repuestos carecen de calidad, brindan la misma garantía que centros técnicos *amateurs* cabe destacar que son considerados como competencia por destacar en el mercado por la venta de equipos Apple económicos poco fiables y sin garantía, tienen un buen manejo de redes sociales, aplican penetración de mercado por precios bajos. El local tiene un diseño moderno, es pequeño, disponen de gran variedad de accesorios y algunas veces las reparaciones son en frente del cliente (nada recomendable por corriente estática).

***Tabla 1: Matriz de perfil competitivo***

<b>Variables</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Ifix Ec</b>	<b>Happy Phone</b>	<b>Wintech Ecuador</b>	<b>Apptek</b>	<b>Mundo Display</b>	<b>Smart Fix</b>
<b>Tiempo de reparación</b>	20.00%	0.6	0.4	0.4	0.2	0.8	0.6
<b>Calidad de repuestos</b>	15.00%	0.6	0.15	0.3	0.6	0.15	0.15
<b>Garantía</b>	30.00%	1.2	0.9	0.6	1.2	0.3	0.3
<b>Cantidad de sucursales</b>	5.00%	0.05	0.2	0.05	0.05	0.2	0.15
<b>Precio</b>	20.00%	0.4	0.4	0.4	0.2	0.6	0.8
<b>Marketing y publicidad</b>	10.00%	0.2	0.3	0.4	0.1	0.2	0.4
<b>Total</b>	<b>100.00%</b>	<b>3.05</b>	<b>2.35</b>	<b>2.15</b>	<b>2.35</b>	<b>2.25</b>	<b>2.4</b>

**Leyenda:**

<b>4</b>	Fortaleza importante
<b>3</b>	Fortaleza media
<b>2</b>	Debilidad media
<b>1</b>	Debilidad importante

*Tabla 2: Puntuación final matriz comparativa*

<b>Variables</b>	<b>Ifix Ec</b>	<b>Happy Phone</b>	<b>Wintech Ecuador</b>	<b>Apptek</b>	<b>Mundo Display</b>	<b>Smart Fix</b>
<b>Tiempo de reparación</b>	3	2	2	1	4	3
<b>Calidad de repuestos</b>	4	1	2	4	1	1
<b>Garantía</b>	4	3	2	4	1	1
<b>Cantidad de sucursales</b>	1	4	1	1	4	3
<b>Precio</b>	2	2	2	1	3	4
<b>Marketing y publicidad</b>	2	3	4	1	2	4

Las variables con mayor ponderación son: garantía como primero punto (30%), en segundo lugar, precio y tiempo de reparación (20%), la calidad de los repuestos (15%) en tercer lugar; ya con menos importancia en cuarto y quinto puesto, respectivamente marketing, publicidad (10%) y cantidad de sucursales (5%). Según el estudio iFix llega a sobresalir por tener una ponderación de 3,05 puntos gracias a la garantía única en Ecuador de 1 año en sus reparaciones; ni AppTeck que maneja repuestos 100% originales puede entregar esa garantía, ya que sus proveedores no manejan dicha estrategia; las demás empresas por adquirir repuestos de fabricación china distribuidos a nivel nacional no tienen la opción de ampliar su garantía porque sus márgenes se verían en riesgo; por otro lado, en un factor no tan débil como Marketing y publicidad, la empresa solo obtiene 0,2 puntos esto es debido a que la estrategia de usar redes sociales y publicidad en internet es apetecida por clientes que buscan precios muy bajos (estrategia ajena a iFix) dejando de un lado la calidad y la garantía. Por lo tanto, iFix ha descuidado esta variable que debe ser puesta en consideración con una visión de calidad, eficacia y confianza para abarcar al mayor mercado posible.

La cantidad de sucursales es un punto bajo para iFix porque posee solo un local matriz, y su competencia tiene mínimo 2 locales, lo cual genera confianza, cercanía y mejor posicionamiento de marca, en comparación con la empresa. La marca en la mente del consumidor es una estrategia efectiva, sumado a los bajos precios y a un buen tiempo de entrega de la competencia, hace que generen mayor puntuación en temas débiles, pero de importancia para la expansión del mercado y posicionamiento.

### **Competencia Indirecta.**

#### **Mundo Mac**

Es una empresa aliada a iFix desde el comienzo de sus operaciones, no compite directamente con la organización, porque los clientes de Mundo Mac que no pueden ser atendidos son enviados a iFix esto sucede porque la empresa al ser un servicio técnico directo de Apple no puede entregar soporte a clientes con equipos antiguos (5 años desde el lanzamiento). Indirectamente, existe un roce en servicios básicos de software que son compartidos entre ambas compañías, además algunos clientes por evitar trasladarse a iFix prefieren dejar sus equipos para que sean evaluados por Mundo Mac y al escuchar la situación y el precio de reparación con una pieza original desechan el equipo sin antes informarse que hay una solución más accesible y práctica.

## **Think**

Es el nuevo *Apple Reseller* del Ecuador, fueron anunciados por medios gubernamentales como la llegada de Apple a Ecuador en julio del 2019 como idea de que el país mejoraba sus relaciones internacionales, pero no era del todo cierto, ya que es una empresa perteneciente al grupo La Ganga y sus precios son más altos que los valores reales en Estados Unidos, su estrategia fue entregar crédito directo para sus productos y abrir en ciudades como Guayaquil y Quito. Tienen las mismas normas de Mundo Mac y App Tek, por lo tanto, es una competencia indirecta. No se enfocan en servicio técnico, pero por obligación de Apple deben tener una agencia con dichas prestaciones.

## **Servicios técnicos Caracol, Unicornio, Espiral**

Son los servicios técnicos informales que compiten y se canibalizan por precios, sus repuestos son de bajos estándares de calidad, su atención al cliente deficiente y muchas de las veces no ofrecen garantía (si sale del local no hay devolución) la única manera por la que permanecen en el mercado es por sus precios bajos, puesto que se presume que tiene acciones ilegales al comprar equipos robados o que no encienden venden los repuestos como originales y obviamente no van a presentar fallas a futuro, pero nunca van a poder tener stock en cantidad y sin presencia de uso (rayones en pantallas y baterías desgastadas), por lo tanto, muchas de las veces deben comprar repuestos a proveedores nacionales que tiene bajos estándares de fabricación y el cliente que vuelve por un producto original es engañado y se le instala un repuesto como el que circula en el mercado de Ecuador dañando al dispositivo y sin poder reclamar, ya que no existe garantía ni conceden facturas de compra para un reclamo formal ante las autoridades.

## **Proveedores.**

### **Ifixit**

Es el primer proveedor que abastece de repuestos y maquinaria a iFix; la calidad, confianza y garantía de sus productos, ha hecho que sea la marca preferida de la organización, para emplear

en sus procesos de reparación. iFixit es la empresa número uno en Estados Unidos en distribución de repuestos para la mayoría de marcas tecnológicas. Sus estándares de calidad y garantía son de un nivel superior (garantía de por vida en repuestos y maquinaria). Cuando algún repuesto viene defectuoso, la empresa normalmente pierde el costo del producto en mal estado, pero con mercancías iFixit es diferente, la organización devuelve casi la totalidad del precio del componente dañado, sin necesidad de enviar al país de origen para que autoricen el cambio. Gracias a las facilidades de este proveedor, iFix brinda una garantía que no puede ser copiada por la competencia.

### **“OWC” Other World Computing**

Es una marca certificada por Apple, sus características técnicas y procesos de producción dan como resultados componentes tecnológicos óptimos para potenciar, cambiar o sustituir partes a computadores Apple (memorias Ram, discos SSD, cables de poder, placas madres, etc.). Su garantía como marca es de 5 años e iFix por la calidad y confianza del proveedor entrega al consumidor final 24 meses de garantía en reparaciones con productos OWC. Los repuestos por brindar todas estas prestaciones son los más costosos del mercado. *Youtubers* y técnicos famosos por sus *reviews* tecnológicos en las redes sociales garantizan y recomiendan el uso de productos OWC para reparar los delicados y costosos equipos Apple (muchas piezas económicas en Amazon o partes chinas dañan a las Mac).

### **Ventev Mobility**

Son accesorios que disponen de garantía de por vida en Estados Unidos, su fabricación es en base de aluminio, nailon y kevlar (material con el que hacen chalecos antibalas), los clientes prefieren los accesorios Ventev, no les importa que sus precios sean iguales o mayores a los cables originales de Apple; esto es debido a su gran resistencia e impecable presentación. Lastimosamente por la complicada manufactura y la gran cantidad de materiales de difícil adquisición, hay un limitado stock de productos en U.S.A. Por lo tanto, hay meses en los que es complejo importar dichos accesorios y los clientes desisten de la compra y buscan otra opción de accesorios muchas veces sacando de la jugada a iFix.

## **“Iti” Importador Tecnológico Informático**

La empresa “Iti” es una proveedora de repuestos nacional que se encarga de importar componentes electrónicos de toda clase de equipo tecnológico de China a Ecuador, las características de los repuestos son de estándares intermedios, pero cuando las importaciones se retrasan es buena aliada para comprar repuestos y evitar que el cliente se vaya a otro establecimiento. Esta empresa destaca a nivel nacional por su mínima garantía de 24 horas después de vendido el repuesto, las condiciones del producto son buenas, pero no confiables a lo largo del tiempo, tiene precios accesibles y gran variedad de stock. Además, importan y venden accesorios como estuches protectores para celulares, tabletas, adaptadores para computador y cargadores. No se adquieren componentes que involucran carga porque al no tener certificación podrían dañar la vida útil de las baterías de los dispositivos móviles.

## **Recci Ecuador**

Es un nuevo proveedor de accesorios a nivel nacional; el país de origen de sus productos es China, Hong Kong, la marca destaca por el novedoso, elegante y sutil *packaging* que envuelve a su mercancía, la garantía curiosamente es de un año (del fabricante a la empresa que compra al por mayor), sobresalen sus estuches de celular transparentes que con el paso del tiempo no se tornan de color amarillos como comúnmente sucede con la competencia. Los precios son muy accesibles a comparación de marcas extranjeras como Tech21, Speck, Incipio, Belkin, etc. Que brindan la misma confianza al consumidor, pero con precios 5 veces más altos que la nacional china Recci. Factores como resistencia y durabilidad de sus productos, facilidad de transporte, crédito directo y confianza hacen que sea un proveedor de alto impacto para la organización.

## **Celular Find**

Es un proveedor nacional, tiene varias agencias en toda la capital: Carcelén, Espiral, Unicornio, Quitus, El Pintado y Sangolquí; sus productos son genéricos, categoría AAA son distribuidores de accesorios y estuches para la competencia, sus precios son convenientes y muchas de las veces por su apariencia las empresas sin prestigio comercializan sus productos como originales estafando al

consumidor final. iFix utiliza los estuches y accesorios que no tenga el logo de Apple debido al prestigio y al gran compromiso que tiene con el consumidor final jamás vendería un accesorio genérico como original. Los estuches tienen un *packaging* agradable a la vista y se los puede comercializar a un precio razonable, dinamizando las ventas del local y apoyando a empresas nacionales.

**Tabla 3: Resumen de proveedores**

<b>Proveedores</b>	<b>Calidad</b>	<b>Garantía</b>	<b>Tiempo de entrega</b>	<b>Costos</b>	<b>Disponibilidad</b>	<b>Productos</b>
<b>Ifixit</b>	Óptima	De por vida	1 mes	Alto	importación	Repuestos celulares y computadoras
<b>“OWC” Other World Computing</b>	Óptima	5 años de garantía	1 mes	Alto	importación	Repuestos computadoras
<b>Ventev Mobility</b>	Óptima	Un año	1 a 2 meses	Alto	importación	Accesorios
<b>“Iti” Importador Tecnológico Informático</b>	Regular	15 días	1 hora	Intermedio	Inmediata compra local	Repuestos celulares
<b>Recci Ecuador</b>	Buena	1 año	1 día	Intermedio	Inmediato stock limitado	Accesorios
<b>Celular Find</b>	Buena	Sin garantía	1 hora	Bajo	Inmediato stock limitado	Accesorios

Ifixit y Owc son los proveedores mas importantes para la empresa, sus productos son reconocidos internacionalmente por sus altos estándares de calidad y su buena garantía, el punto débil de dichos *partners* es la distribución porque el país de origen es Estados Unidos y al tener que importar la mercadería suben costos por impuestos y además el tiempo de llegada es incierto, también la aduana ecuatoriana tiene un pésimo proceso de despacho lo que ocasiona retrasos en las reparaciones técnicas y molestias con el consumidor final. Los proveedores de accesorios locales son fichas claves para reponer stock inmediatamente (estuches, láminas de protección, audífonos, parlantes, etc. ), pero los productos que suministran energía eléctrica no pueden ser comprados a nivel local, debido a que no poseen una certificación que homologue su uso en productos Apple y esto podría contraer daños a equipos por mal uso, inclusive demandas; entonces cuando el local se queda sin estos componentes se adquiere mercadería mediante la empresa aliada Mundo Mac a un costo alto.

### **Intermediarios.**

No aplica en este negocio porque la mercadería y equipos tecnológicos se adquieren de proveedores directos y autorizados por Apple. Intermediación Directa

## **1.2 Macroentorno**

### **1.2.1 Factores Políticos**

En mayo del 2021 termina el gobierno del expresidente Lenin Moreno, cuyas decisiones y políticas en economía, salud y comercio dejaron al Ecuador endeudado con el FMI “7.500 millones de dólares (8% del PIB)” según (Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica, 2021). Actualmente, el Ecuador está atravesando por un gobierno con tendencia derechista, al comienzo del mandato Guillermo Lasso “firmó el Decreto Ejecutivo 327 con el que deroga el impuesto a la salida de divisas (ISD) para el sector de importación” (Torres, 2021). Ayudando a la economía local, atrayendo nuevos inversionistas y además ha disminuir costes de operación y logística para empresas que importan desde el exterior mercancía21s.

Esta tranquilidad política ha ayudado a reducir el riesgo país en el Ecuador en 345, dejando un total de 824 puntos para abril del 2020, pero tras las protestas de junio del 2022 el riesgo país actualmente subió a 1488 en julio 2022, dando un ambiente de incertidumbre en la industria (Tapia, 2022). La guerra entre Rusia y Ucrania, el rebrote del Covid-19 en China y la falta de capital humano en Estados Unidos complica las importaciones de repuestos y accesorios a Ecuador, además la escasez de chips y componentes tecnológicos, el aumento del precio de la gasolina extra, diésel, eco-país y la liberación del precio de la gasolina súper, entrega como consecuencia un incremento de precios en la canasta básica del ecuatoriano promedio. Un punto positivo es la baja de intereses en los préstamos para el emprendedor, según (Brand, 2022) “la tasa de interés activa referencial del microcrédito, pasó de 28,5% en mayo de 2021 a 19,8% en marzo de 2022” estas acciones pueden ser usadas para incrementar los activos de las micro y pequeñas empresas que quieren fortalecer su presencia en el Ecuador.

### **1.2.2 Factores Económicos**

La inflación que sufre el mundo por aumento del precio de los combustibles está afectando a la economía de las empresas importadoras del país, produciendo desabastecimiento de materia prima, aumento de costes de producción y demora en entregar mercaderías. Según él (Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), 2022) la inflación en el Ecuador para julio del 2022 “respecto a junio de 2021, alcanzó 4,23%; como referencia, en junio de 2021 fue de -0,69%”. También el INEC entrega el precio de la canasta básica que oscila en \$751,04, mientras que el sueldo básico del ecuatoriano es de \$425 y el ingreso de la familia mensual es de \$793,33, representado el 105,63% del costo de la CFB.

Como un punto negativo del mandato actual del presidente Lasso, es que mantiene el impuesto del 2% a la renta sobre los ingresos brutos (no considera costos y gastos) debilitando las finanzas de la empresa, bajando la liquidez a la misma (Servicio de Rentas Internas, 2017). El bajo nivel de efectivo provoca que la mayoría de transacciones sean realizadas con tarjetas de crédito, diferidas a varios meses con y sin interés, produciendo nuevamente escasez en el flujo de caja.

Las empresas del Ecuador, al atravesar la crisis del Covid-19, tuvieron que reinventar sus formas de pago, obligatoriamente el *e-commerce* o comercio electrónico era la solución para distribuir sus productos por todo el territorio nacional al existir una restricción de movilidad y aforo; consigo

llegan los pagos mediante plataformas digitales y web (Payphone, Kushki, transferencias, criptomonedas, pagos online mediante tarjetas de crédito y débito) trayendo alivio en ventas, pero también estafas al cliente y distribuidor por tarjetas clonadas, páginas web falsas, robo de información, etc.

El desempleo y la falta de oportunidades de inversión crea en los usuarios un rezago en adquirir productos nuevos y para fortuna de la empresa los clientes buscan como reparar sus dispositivos antiguos con fallas en la pantalla, batería, software, etc.(Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2022). El aumento del dólar a nivel internacional ha dado como consecuencia que se devalúen las monedas de los vecinos países como Colombia y Perú, provocando que los clientes viajen a las fronteras a conseguir mejores precios. La Ley de inversiones, que aún no está aprobada, podría dar mayor estabilidad económica a empresas que se dediquen a importar materia prima del extranjero.

***Tabla 4: Tasas de interés activas efectivas referenciales vigentes para el sector financiero privado, público y, popular y solidario***

<b>Tasas de Interés</b>	
<b>Agosto 2022</b>	
<b>1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y, POPULAR Y SOLIDARIO</b>	
<b>Tasas de Interés Activas Referenciales<sup>1</sup></b>	
<b>Segmentos de Crédito<sup>2</sup></b>	<b>% anual</b>
Productivo Corporativo	8,09
Productivo Empresarial	9,35
Productivo PYMES	10,18
Consumo	15,93
Educativo	8,56
Educativo Social	5,49
Vivienda de Interés Público	4,99
Vivienda de Interés Social	4,99
Inmobiliario	9,18
Microcrédito Minorista	19,60
Microcrédito de Acumulación Simple	20,13
Microcrédito de Acumulación Ampliada	19,64
Inversión Pública	8,53

1. La información para el cálculo de tasas de interés efectivas referenciales para agosto 2022 se toma en consideración las semanas del 23 de junio al 20 de julio de 2022 con una cobertura de 320 entidades financieras. Además se excluye todas las tasas de interés con las operaciones que están fuera del mercado.  
2. De acuerdo a la Resolución 603-2020-F, de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.

**Fuentes:** (Banco Central del Ecuador, 2022)

*Tabla 5: Tasas de interés activas máximas vigentes para el sector financiero privado, público y, popular y solidario establecidas por la junta de política y regulación financiera*

<b>2. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS MÁXIMAS VIGENTES PARA EL SECTOR FINANCIERO PRIVADO, PÚBLICO Y POPULAR Y SOLIDARIO ESTABLECIDAS POR LA JUNTA DE POLÍTICA Y REGULACIÓN FINANCIERA</b>	
<b>Tasas de Interés Activas Máximas<sup>1</sup></b>	
<b>Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento<sup>2</sup></b>	<b>% anual</b>
Productivo Corporativo	8,86
Productivo Empresarial	9,89
Productivo PYMES	11,26
Consumo	16,77
Educativo	9,50
Educativo Social	7,50
Vivienda de Interés Público	4,99
Vivienda de Interés Social	4,99
Inmobiliario	10,40
Microcrédito Minorista	28,23
Microcrédito de Acumulación Simple	24,89
Microcrédito de Acumulación Ampliada	22,05
Inversión Pública	9,33

1. De acuerdo a la Resolución JPRF-F-2022-031 de 29 de junio de 2022, de la Junta de Política y Regulación Financiera  
2. Según la Resolución 603-2020-F, de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera.

Fuentes: (Banco Central del Ecuador, 2022)

*Tabla 6: Tasas de interés pasivas efectivas promedio por instrumento*

<b>2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO</b>			
<b>Tasas Referenciales</b>	<b>% anual</b>	<b>Tasas Referenciales</b>	<b>% anual</b>
Depósitos a plazo*	5,76	Depósitos de Ahorro	1,00
Depósitos monetarios	1,03	Depósitos de Tarjetahabientes	1,29
Operaciones de Reporto	1,50		
<b>3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO</b>			
<b>Tasas Referenciales</b>	<b>% anual</b>	<b>Tasas Referenciales</b>	<b>% anual</b>
Plazo 30-60	4,07	Plazo 121-180	5,53
Plazo 61-90	4,99	Plazo 181-360	6,08
Plazo 91-120	5,34	Plazo 361 y más	7,78
<b>4. OTRAS TASAS REFERENCIALES</b>			
Tasa Pasiva Referencial*	5,76	Tasa Legal	8,09
Tasa Activa Referencial	8,09	Tasa Máxima Convencional	8,86
<b>5. INFORMACIÓN HISTÓRICA DE TASAS DE INTERÉS REFERENCIALES</b>			
*Fe de erratas: Se corrige por un error de tipo de la tasa de interés pasiva y la tasa de depósitos a plazo para el mes de agosto de 2022, siendo la tasa de interés correcta 5,76%			

Fuentes: (Banco Central del Ecuador, 2022)

*Tabla 7: Reservas Internacionales (RI)*

---

**Reservas Internacionales (\*)***(En millones de US\$)*

---

<b>dic-20</b>	7,195.65
<b>ene-21</b>	6,590.86
<b>feb-21</b>	5,790.93
<b>mar-21</b>	5,779.17
<b>abr-21</b>	5,788.49
<b>may-21</b>	5,923.27
<b>jun-21</b>	6,048.81
<b>jul-21</b>	5,405.3
<b>ago-21</b>	5,872.4
<b>sep-21</b>	6,294.5
<b>oct-21</b>	7,549.6
<b>nov-21</b>	7,565.0
<b>dic-21</b>	7,897.9
<b>ene-22</b>	7,987.2
<b>feb-22</b>	8,047.3
<b>mar-22</b>	9,226.3
<b>abr-22</b>	8,467.6
<b>may-22</b>	8,184.0
<b>jun-22</b>	8,584.6
<b>01/07/22</b>	8,851.6
<b>08/07/22</b>	8,840.2
<b>15/07/22</b>	9,384.3
<b>22/07/22</b>	9,460.3
<b>29/07/22</b>	9,016.4
<b>31/07/22</b>	9,016.4

---

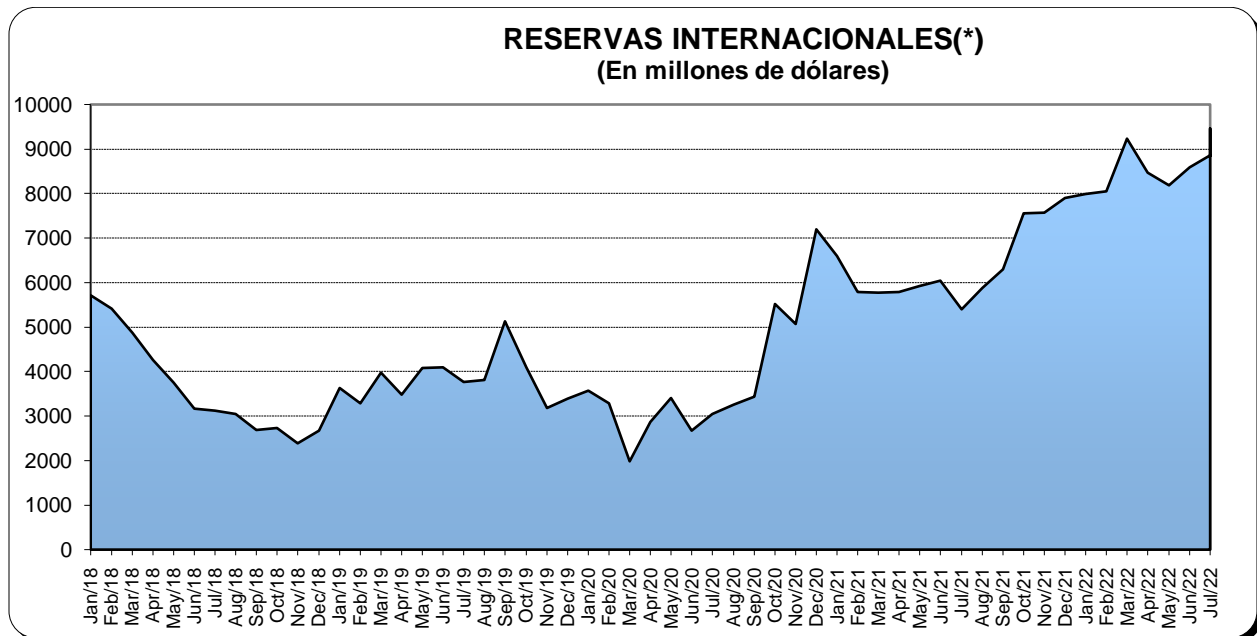
**Fuentes:** (Banco Central del Ecuador, 2021)

Fecha: 31/07/2022

<b>Reservas Internacionales</b>	
<i>(En millones de US\$)</i>	
	<b>31-jul-2022</b>
1. Posición neta en divisas	7,004.65
1.1 Caja en divisas	560.70
1.2 Depósitos netos en Bcos. e Inst. financieras del exterior	186.08
Depósitos en Bcos. e Inst. financieras del exterior	186.08
Pasivos de corto plazo (swaps)	-
1.3 Inversiones dep. plazo y títulos	6,257.87
2. Oro	1,904.35
3. DEGs	69.67
4. Posición de reserva en FMI	37.76
5. Posición con ALADI	-
6. Posición SUCRE	-
<b>TOTAL RESERVAS INTERNACIONALES</b>	<b>9,016.41</b>

*Figura 2. Reservas internacionales*

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2021



*Figura 3, Reservas internacionales expresadas en millones de dólares*

Fuente: Banco Central del Ecuador (2021)

### 1.2.3 Factores Sociales

Los clientes han generado una cultura de dependencia de la tecnología y para el usuario es imposible esperar más de una hora para reparar su celular debido a que toda la información que está en el equipo es necesaria para efectuar sus labores cotidianas. Las reparaciones a equipos de marca Apple son costosas, por ende, los clientes buscan una garantía real de que su equipo no vuelva a tener fallas a posterior. Los *millennials* tienen tendencia a comprar equipos tecnológicos de alta gama y también poseen conciencia social y ambiental, por tal motivo van a buscar la forma de no desechar su equipo en caso de un accidente, sino de repararlo, evitando contaminar al planeta por la compra indiscriminada de productos tecnológicos nocivos para la tierra y el ambiente.

El grupo social denominado generación “X” (mediados sesenta y mediados ochenta) son los encargados de dinamizar la economía (mayor fuerza laboral); no nacieron con la tecnología en las manos, pero deben lidiar con ella para sobresalir en el complicado mundo global, generación ingeniosa, se adaptan mejor al cambio, emprendedores, trabajan para vivir y no vivir para trabajar, obtiene éxito económico al adquirir capital, dejaron los cds y casetes por los medios online, conocieron un mundo sin internet y con internet, se acoplan a los medios digitales aunque buscan ayuda en sus conocidos o familiares con mayor conocimiento; por lo tanto, son grupos sociales que buscan ayuda e información de los sucesos tecnológicos más recientes para destacar no caer en la obsolescencia.

Otro grupo importante para iFix son los centennials o generación “Z” (nacidos a partir del año 2000) a diferencia de los grupos anteriores, ellos nacieron con la tecnología, Facebook, YouTube, TikTok, Google, etc. es parte de su vida cotidiana, por ende, no pueden despegarse de sus equipos eléctricos destacan por estar pendientes de contenido subidos en redes sociales (comerciales, videos, música, ofertas, etc.)

#### **1.2.4 Factores Tecnológicos**

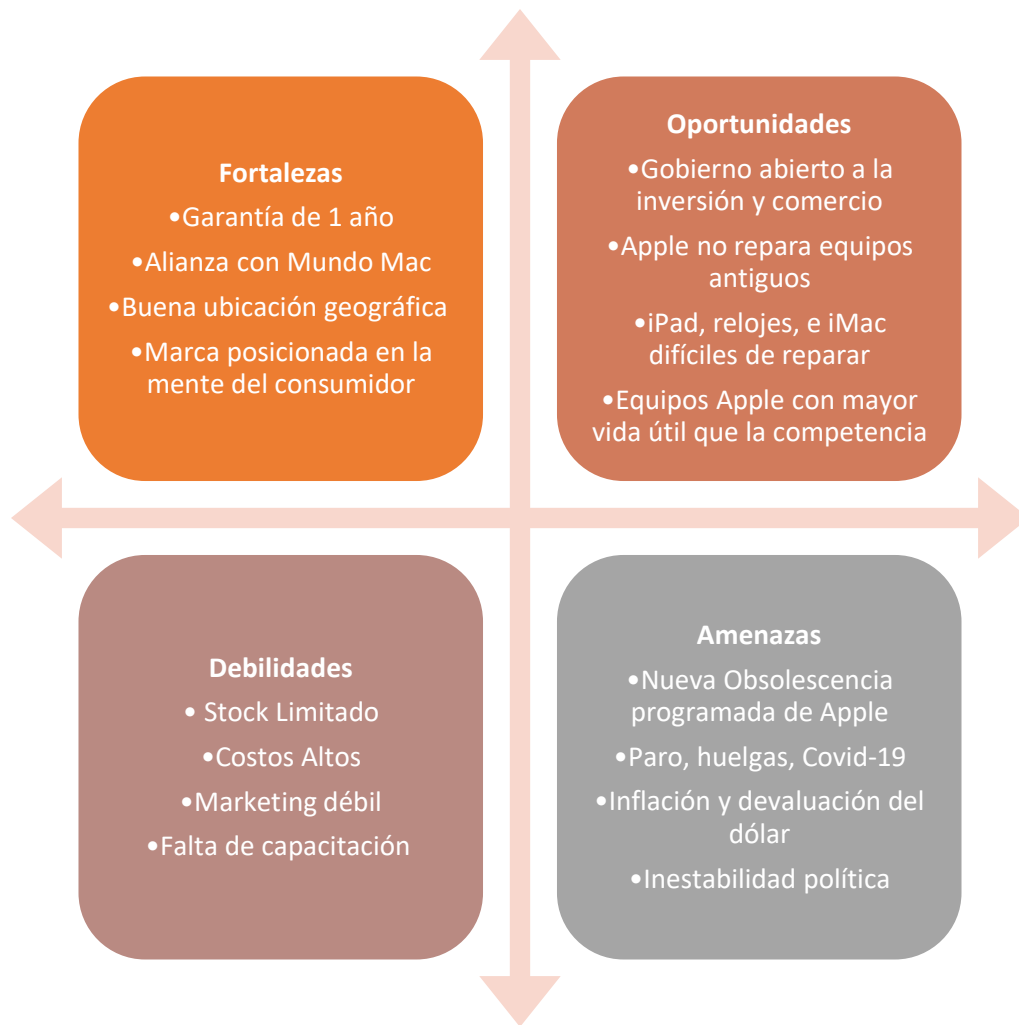
Los usuarios o posibles clientes tienen un mayor uso de redes sociales, por consiguiente, buscan información de todos los productos que van a adquirir por internet, las plataformas virtuales como Facebook, Instagram, TikTok, etc. Muestran con audio y video los productos que ofrecen las diferentes marcas, además los clientes que hicieron uso del servicio pueden reseñar y calificar su experiencia en los muros informativos de las organizaciones (comentarios); estas acciones definen el liderazgo de las empresas; debido a que el consumidor expresa su satisfacción e invita o niega

a futuros clientes el empleo de los servicios de la compañía. Los clientes interactúan en plataformas digitales y buscan una conexión con las empresas al instante; el creciente empleo de *boots* ayuda al cliente responder preguntas básicas como horario de atención, ubicación, teléfonos, etc. Pero cuando es necesario un servicio más personalizado, es indispensable tener un *community manager* 24 horas al día para que la conexión comunicativa no se rompa y la empresa sea líder de la *industria*.

#### **1.2.5 Factores Ecológicos.**

Según (Dávalos Nelson, 2020) columnista del diario Primicias, basado en The Global E-waste Monitor 2020, menciona que el mundo le entregó al ecosistema 53,6 millones de toneladas métricas de basura electrónicos en el año 2019 y tan solo el 17,4% fue reciclado de forma adecuada, también redacta que el ecuatoriano promedio produce 5,7 kilos de basura electrónica anualmente. La globalización ha traído grandes beneficios a la humanidad, pero también ha generado un sin fin de desechos tóxicos no deseables al medio ambiente al trabajar con baterías, pantallas y componente electrónicos.

Ecuador ya posee empresas como Vertmonde Ecuador, Quito a Reciclar, Programa de reciclaje HP Planet Partners, Proyección Futura Ecuador, etc. Que se dedican al reciclaje de componentes electrónicos dañinos para el medio ambiente, tienen un proceso de trata de residuos ejemplar líder en la región, ya que todos los componentes son tratados en plantas recicladoras donde aprovecharan al máximo los componentes que sirvan de alguna manera y lo demás será eliminado impactando en mínimo nivel al medio ambiente y a la naturaleza (Dueñas, 2019).



**Figura 4:** Matriz FODA

## Capítulo 2: Marco Conceptual

### 2.1 Marco conceptual

#### 2.1.1 *Proyecto de factibilidad*

Según Calderón, (2008) un estudio de factibilidad es realizado por una organización para conocer la posibilidad de desarrollar una idea de negocio o un proyecto que espera lanzar al mercado, pero (Euroinnova, 2020) define como estudio de factibilidad a los análisis económicos y financieros que se aplican sobre una inversión, también son conocidos como estudios de viabilidad, adicional el aporte de (Pérez, 2019) comenta que la viabilidad de un proyecto es la capacidad para culminar satisfactoriamente, entregando los resultados esperados con la seguridad que los datos obtenidos sean útiles para una efectiva toma de decisión desde la conceptualización de los parámetros del proyecto, los objetivos a conseguir y los componentes de riesgo. De tal modo se define como proyecto de factibilidad o viabilidad al estudio previo de un plan de negocios que contenga conceptualización en finanzas, oferta, demanda con el objetivo de comercializar un producto o proyecto con bases sólidas destinado a la gloria empresarial. Para la ejecución del proyecto de factibilidad se deben contener ciertas características como:

- Capital destinado para la operación
- Materia prima
- Posibles ganancias
- Retorno de la inversión
- Marketing y publicidad.

#### 2.1.2 *Plan de negocios*

Un plan de negocios se detalla como acciones ordenadas y sistematizadas que se ejecutaran para el correcto funcionamiento de un emprendimiento, además (Weinberger, 2009, p.15) indica que el plan de negocios es “una herramienta de comunicación, que permite enunciar en forma clara y precisa la visión del empresario, las oportunidades existentes en el entorno, los objetivos y las estrategias planteadas”. Las acciones coherentes del proyecto dan lugar proyectos realistas, ejecutables y medibles en un determinado periodo de tiempo; por lo tanto, factores como

financiación son claves para llegar a la meta objetiva del proyecto; un plan de negocios ambicioso no será ejecutable si pretende gastar demasiados recursos y generar pocos ingresos.

Un plan de negocios también debe estudiar el macro y micro en torno de la empresa para poder desarrollar las estrategias aplicables para el funcionamiento del mismo; factores externos como política, economía, naturaleza, Socio, cultura, demográfica, tecnológicas son fuentes esenciales para comprender las tendencias que están ocurriendo en el mercado. Según (Sánchez, 2015) un plan de negocios debe contener: visión general de la empresa; para donde avanza la compañía, productos o servicios; se aplica en los componentes de producción; descripción del modelo de negocio, se basa en que trabaja la empresa, además debe tener en claro su puesto en la industria; estados de flujo de efectivo, la cantidad de recursos financiero para el proceso de constitución del proyecto, proyecciones y estimaciones financieras de los ingresos y gastos que se registren mientras el proyecto este en marcha y después del inicio de actividades.

Un plan de negocios ayudará al gerente a tomar decisiones correctas, acertadas y coherentes, contemplando un ahorro financiero y la seguridad que el proyecto tendrá factibilidad en un futuro. Para (Doyon, 2019) existen varios objetivos y beneficios por analizar, entre estos están: simulación de escenarios; los escenarios que pueden cambiar al momento de constituir una empresa pueden ser venideros o frustrantes, tal es el caso de un cambio de gobierno como ocurre actualmente en Ecuador, un gobierno de derecha ha impulsado a la empresa a arriesgarse a invertir y a simular ventas mayores que años atrás. Preparación para la adversidad, la pandemia de Covid 19 ha provocado sucesos que han quebrado emprendimientos, la mejor forma de contraatacar es reinventando métodos para llegar al mercado objetivo. Alineación de la información; los detalles del negocio deben estar correctamente inscritos para que todos los socios manejen las cifras exactas de lo que ocurre en la empresa. Corrección de desvíos; una planificación adecuada con los procesos claros, legibles e inscritos tendrán un sustento enorme al momento de corregir errores y desvíos que se presenten en el camino. Obtención de financiación; los recursos económicos son uno de los mayores problemas al momento de emprender buscar ayuda financiera por medios tradicionales como la banca o los actuales financiamientos por internet como inversionista ángel, incubadoras de proyectos, *crowdfunding* y *crowdlending*, *bootstrapping*, etc. son la mejor solución (Doyon, 2019).

### **2.1.3 Estudio Financiero**

Un estudio financiero es la herramienta para medir los recursos monetarios que se utilizarán para la creación y viabilidad de un proyecto, en este se contemplan los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción (Pérez, 2019). Para desarrollar un estudio financiero es indispensable que este análisis sea completo con fuentes de documentación reales y certificadas. Las fuentes de consulta van a depender de dos factores; si el negocio ya está establecido, o; si recién va a arrancar, por lo tanto, se debería trabajar con datos estadísticos confiables estatales como el INEC, CNE, BCE, etc. En caso de que la compañía ya esté en funcionamiento, se debe emplear los balances de años pasados para proyectar y estimar valores financieros. Las fuentes de información del estado en el que se va a llevar a cabo el negocio implementan seguridad a las proyecciones futuras, los costos laborales reconocen la mano de obra que se va a emplear para encadenar el proyecto, la demanda del producto constituirá la producción de elementos, posibles intereses y estimaciones de ventas ayudaran a planificar métodos para contra impactar crisis (Pérez, 2019).

Para (Baena, 2014) un estudio o análisis financiero es aquel proceso en el cual se recopila información de datos cuantitativos partiendo de los estados financieros, para luego ser interpretados y comparados entre periodos (antiguos con actuales), con el propósito de obtener un diagnóstico real de la empresa, además estas acciones son imprescindibles para determinar decisiones inteligentes y acertadas, en el menor tiempo posible. El punto clave de una empresa líder es optimizar el tiempo, al realizar las operaciones de producción; es decir, que su producción y márgenes de rentabilidad sigan creciendo sin importar los cambios que se den en el mercado o en la sociedad. En las organizaciones, la viabilidad está encaminada con su rentabilidad a largo tiempo, porque al inicio de las actividades económicas la empresa tendrá que incurrir en gastos para liderar el mercado, es decir, publicidad, mercadería, costos de mantenimiento, materiales de construcción, etc. La finalidad de un estudio financiero es establecer que la empresa sea capaz de soportar riesgos relacionados con el capital invertido y evaluar a profundidad su viabilidad.

### **2.1.4 Estudio de Mercado**

El estudio de mercado es la recopilación de información y datos referentes a la oferta y demanda existente en un determinado espacio geográfico, es utilizado para que las empresas comprendan el entorno donde van a desarrollar su actividad económica. Sus actividades primordiales, según (Nuño, 2017) son:

- Analizar a la competencia
- Descubrir hábitos de compra
- Comprender el potencial del mercado
- Percibir requerimientos de productos stocks
- Evaluación del desempeño de los empleados.
- Recibir retroalimentación de los individuos que laboran en la compañía
- Buena comunicación entre colaboradores y empleadores.
- Crear sentido de compromiso entre los individuos

Mientras que para Sánchez, (2015) un estudio de mercado “es la acción que analiza y observa un sector en concreto en el que la empresa quiere entrar a través de la producción de un bien o de la prestación de un servicio”. En concordancia con los autores un estudio de mercado sirve a la compañía para poder lanzar un producto con la seguridad que va a ser aceptado en el comercio; pues previamente se sintetiza información real con encuestas y estadística, con el fin de poder predecir las acciones a tomar y llegar al objetivo planificado por los encargados del proyecto, además una de las principales acciones es conocer cuál es el número de consumidores que necesitan el producto, en qué plaza se puede desarrollar el negocio, cuanto tiempo necesita, y la cantidad de recursos económicos para poner en marcha el proyecto (Sánchez, 2015).

### **2.1.5 Demanda**

Definición de demanda.

Para Pindyck y Rubinfeld (2013) la demanda es el caballo de batalla de la microeconomía y menciona en breves rasgos que es cuando el mercado, entiéndase como consumidores, buscan un bien, producto o servicio en función del precio. La demanda nos ayuda a comprender cuanto están dispuestos a consumir los individuos cuando varía el precio de un bien. La demanda es cambiante

porque dependiendo del tiempo o sucesos económicos, los demandantes buscan diferentes bienes que cubran sus necesidades. Por ejemplo, la demanda de chompas de plumón impermeables crece en tiempos de invierno, en Ecuador, los meses de septiembre a diciembre, región sierra, pero decaen en tiempo de verano, meses de julio y agosto (factor tiempo). Mientras que en sucesos económicos un ejemplo es, la recesión del COVID-19, que ha dejado menos renta a los ecuatorianos, por ende, aunque sea invierno, no se podrá consumir chompas de plumón, por tal motivo la demanda tendrá un drástico cambio.

La demanda explica que cuando el precio es alto, disminuye la cantidad demandada (decreciente), mientras que cuando el precio es bajo, la demanda aumenta (creciente) (Krugman y Wells, 2016). Estos factores se ejemplifican en el mercado ecuatoriano, cuando el quintal de papa tiene un precio alto, la población disminuye el consumo o en el peor de los casos ya no consume este producto pero cuando el quintal baja de precio, el consumidor aprovecha y compra sin problema, dando como resultado que la demanda se mueva y se dinamice, pero no todo es perfecto, al vender a menor precio el productor, muchas de las veces no recupera la inversión realizada para producir el bien por consecuente el próximo año no existirá cosecha de papas, eliminando fuentes de empleo y migración interna. A futuro la poca producción de papas crea escasez y el ciclo se repite. Los precios se disparan al mercado haciendo que la demanda tenga que desembolsar más dinero o dejar de consumir el bien.

Para Peiro, (2019) “La demanda es la solicitud para adquirir algo. En economía, la demanda es la cantidad total de un bien o servicio que la gente desea adquirir”. Un consumidor tiene como finalidad consumir un bien para satisfacer un deseo o necesidad, en la actualidad la mayoría de transacciones son hechas por intercambio monetario, es decir un oferente vende sus productos a cambio de dinero, después el oferente puede conseguir diferentes bienes con las divisas adquiridas. La economía busca en la demanda la correcta asignación de recursos mediante la eficiencia, por decir, los recursos son limitados, mientras que las necesidades ilimitadas, por ende, si el precio de un bien o servicio fuera 0 la demanda sería infinita y contradice con la ley de la oferta que en este caso es el punto límite que existe de un producto, bien o servicio.

Características de la demanda

Para Pindyck y Rubinfeld, (2013, p.33) una de las características más importantes de la demanda es la elasticidad, debido a que según el nivel de curva la demanda esta puede ser elástica, inelástica, o unitaria; es decir, elástica si los precios cambian en el mercado, inelástica cuando los precios tienen un nivel estándar o igual en la demanda y unitaria cuando un determinado bien o servicio eleva su precio, la demanda se reduce en igual proporción. Otra característica de la demanda es que hay influencia directa de las culturas, necesidades y tendencias del mercado, es decir, no es lo mismo la demanda de la China comunista al mercado capitalista de Canadá porque los hábitos y costumbres son heterogéneos y buscan diferentes productos y servicios para satisfacer las necesidades y tendencias de su sociedad.

Las características de la demanda, según Enciclopedia Económica, (2022) son: “La demanda es analizada por el vendedor para proporcionar un precio que incremente sus ventas “. Se refiere a que la demanda debe ser investigada minuciosamente por los vendedores de productos o servicios con el fin de establecer un precio ideal al bien tangible o intangible, además en la investigación deben estar presentes los productos sustitutos que podrían alterar el precio oficial del bien que se desea comercializar. Además (Enciclopedia Económica, 2022) menciona “El consumidor establece la demanda, es decir, el que compra los servicios y productos, crea el status de aquellos más utilizados por las personas de la región”. La demanda es manejada en cierta parte por el consumidor según la frecuencia de compras o el ticket promedio va marcando un status, este es medido por las empresas para determinar la producción de un bien que se comercializa en el mercado.

### Tipos de Demanda

Según Uriarte, (2020) la demanda se clasifica en:

- **Demanda de mercado o demanda total;** representa a la cantidad de bienes y servicios que se encuentran disponibles en el mercado y son adquiridos por un gran grupo de personas denominadas clientes que desean satisfacer su necesidad.
- **Demanda agregada;** está compuesta de productos y servicios que consumidores, inversionistas y el estado adquieren en un determinado tiempo y a un precio específico, además esta depende de dos factores importantes como la política monetaria y fiscal.

- **Demanda interna;** es la suma total del nivel de consumo de bienes y servicios de un país, ya sea en el sector público o privado.
- **Demanda externa;** se refiere a la cantidad de productos y servicios que se producen en un determinado país y que son adquiridos por residentes extranjeros.
- **Sobre demanda;** se refiere al exceso de demanda de un bien o servicio que excede a la cantidad ofrecida.

#### Ley de demanda

En el artículo (Mytriplea, 2020) menciona que la ley de demanda es una relación inversa entre el precio del bien y la cantidad demandada. Puesto que al subir el precio de un bien o servicio los clientes pierden interés en adquirirlo y esto genera que la demanda decaiga. Mientras que cuando el precio de un producto baja pasa todo lo contrario, al disminuir el precio del bien, esto llama la atención del consumidor y este adquiere en mayor cantidad el producto, generando un incremento notable en las ventas.

#### Determinación de la demanda

La determinación de la demanda es el punto primordial para la toma de decisiones tanto de los fabricantes (distribuidores y productores) como de los consumidores (personas y empresas) (Zamudio, 2014).

Para los fabricantes es de gran importancia determinar la demanda, ya que de esta manera se puede validar los patrones de consumo del mercado al cual se enfoca y a la fortaleza de aquellos productos que tienen relación con el propio y tomar la decisión de seguir en el mercado mejorando el producto o focalizarse en cambiar de bien. Así también, es de vital interés para los consumidores, porque esto les permite tener información esencial para ajustarse tanto a su presupuesto como a las condiciones cambiantes del mercado (Zamudio, 2014).

#### **2.1.6 Oferta**

##### Definición de Oferta

Según Thompson, (2006) la oferta es “la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado”. Considerando el concepto citado por el autor desde la perspectiva de un negocio, se puede determinar que la oferta es la cantidad de unidades producidas de un cierto producto, mismo que son elaborados por

personas naturales o jurídicas para colocarlos en un mercado a un precio definido por la demanda, ya que este siempre tiende a variar, puesto que si existe un precio alto la demanda tiende a bajar mientras que si el precio es bajo la demanda sube, de igual manera depende de la temporada en que se comercialicen los productos. Por ejemplo, los juguetes para navidad deben ser producidos por miles porque la demanda es incalculable y es ahí donde los ofertantes suben el precio debido a la temporada.

De igual manera Pedrosa, (2015) define a la oferta como: “la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado (un pueblo, región o continente) y a un precio dado por el interés del oferente”. Para proporcionar un panorama más completo también se menciona que la oferta tiene un papel importante en la fijación de precios porque si dos empresas elaboran el mismo producto para mantenerse en el mercado, estas deben poner precios distintos para llamar la atención de la demanda, de la misma manera sucede cuando una organización lanza un nuevo producto al mercado que satisface las necesidades de la demanda, por ser pionera y no contar con una competencia directa está fijo precio que sea a su conveniencia.

La oferta para López, (2020) es “la cantidad de bienes y servicios que las empresas, organizaciones o personas quieren y pueden vender en el mercado en un precio determinado a una parte demandante (los consumidores, los clientes)”. Además, es de gran importancia mencionar que la oferta se conforma de varias partes como: vendedores, cantidades de productos o servicios que se van a ofertar, disposición para vender, capacidad de venta, posición en el mercado, ya sea físico o virtual, precio, tiempo que el producto estará en el mercado, necesidades (productos básicos para el bienestar del ser humano) y deseos (estados mentales que se necesita satisfacer). En concordancia con el autor, cada elemento mencionado anteriormente es de vital importancia para ofertar un producto o servicio en el mercado.

### ***Características de la oferta***

Las principales características de la oferta son:

- **El valor del producto:** el precio del producto es el determinante fundamental de la oferta, si el precio es alto del producto la oferta aumenta y viceversa.

- **Valor de los productos relacionados:** el precio de los productos sustitutivos puede llegar a ser una influencia muy fuerte en la oferta de un producto.
- **La oferta de una cantidad deseada:** la oferta indica la capacidad que tiene una empresa para producir un determinado producto, más no la cantidad verdadera que vende.
- **Técnicas de producción:** las técnicas deben ser adecuadas para llevar a cabo un buen producto en menor tiempo y ahorrando recursos.
- **Condiciones naturales:** esto hace mayor referencia a los productos agrícolas que dependen mucho de las condiciones climáticas para darse un buen producto y en cantidades deseadas.
- **Políticas tributarias:** se refiere a las tasas de impuestos que los gobiernos fijan a los proveedores de los productos ofertantes, si los impuestos suben se aumenta el costo de producción general y esto ocasiona la disminución de productos para el mercado.
- **Tecnologías óptimas:** para obtener un producto con excelentes estándares de calidad y en cantidades deseadas es de vital importancia adquirir tecnología de vanguardia que agilice los procesos de producción (Pacheco, 2022).

### *Tipos de Oferta*

Según Riquelme, (2019) los tipos de oferta se dan cuando los mercados se manejan como: Oferta competitiva: se da cuando hay libre mercado, es decir, cuando los productores se encuentran con libertad de competir, solo con la ley intangible de oferta y demanda, sin grupos de poder que limiten la actividad económica que desenvuelve, además el punto de diferenciación está determinado por la calidad, el precio y la atención al cliente, sin que un productor o empresa especial someta al mercado. Oferta oligopólica: El mercado está sometido por un grupo selecto de productores o empresas, quienes dominan y determinan la oferta, el precio y parcialmente acaparan insumos que se utilizan para la producción del bien. Oferta monopolica: El mercado está sometido por un determinado productor y este es quien impone sus leyes en cuanto al precio, calidad y cantidad.

### *Ley de Oferta*

Para Sevilla, (2020) la ley de oferta “refleja la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio de venta en el mercado”, es decir, es la cantidad determinada de bienes o servicios que los vendedores ofrecen al mercado y va a variar en relación con el precio. Cuando los precios aumentan la oferta de igual manera debido a que al existir precios altos y poca competencia el mercado se encarga de inflar la oferta, lo mismo en caso contrario si los precios bajan existe excedente de producto en el mercado y como consecuencia la oferta disminuye. Los factores determinantes para que ocurran estos fenómenos son: costes de producción, tecnología, los costes de trabajo y costes del proceso de producción. Por ejemplo, digamos que se van a producir zapatos; la cantidad que se debe producir dependerá del precio que tenga el producto final que engloba los costos de producir (materia Prima, maquinaria tecnológica, etc.) el salario de los empleados y los costes del proceso de difundir el producto.

## Capítulo 3: Desarrollo metodológico/ estudio de mercado

### 3.1 Campo y universo de estudio

La presente investigación pretende la apertura de una nueva sucursal en la ciudad de Quito según el (Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2020) la proyección de población de la ciudad capital es de 3.228.233 habitantes, considerando los datos desde el 01 de enero de 2020 hasta 31 de diciembre de 2020; se pretende trabajar con personas que estén en contacto con la tecnología y según él (INEC, 2017) “siete de cada 10 quiteños tienen un celular activado, de ellos el 66,9% tiene un Smartphone” un 70% indican que trabajan con equipos inteligentes; por temas de logística y precios la empresa toma como referencia a la población de 20 a 65 años de edad por ser parte de Población Económicamente Activa (PEA). Los costes que tienen los repuestos y accesorios que distribuye la empresa son altos, por lo cual se toma en cuenta la población con un trabajo adecuado que según él (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2021) “es de 37,7% para los hombres y 27,1% para las mujeres” dando como resultado una media un 32,4 %.

*Tabla 8:* Datos para el cálculo de la muestra

<b>Población de Quito 2020</b>	3.228.233 hab
<b>Edad de 20 a 65 años de edad</b>	1.861.287 hab
<b>Población con equipos tecnológicos inteligentes</b>	1.302.901 hab
<b>Población de Quito con trabajo adecuado</b>	422.140 hab

**Fuente:** (Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, 2020)

En base a un estudio de fuentes secundarias realizados en la empresa matriz “iFix” Eloy Alfaro (1500 clientes en 2019, 1200 clientes en 2020 y 1300 clientes en el año 2021 atendidos) entregando una media de 1333 usuarios; se determinó tres puntos claves de mayor afluencia de público en todo el Distrito Metropolitano de Quito que son:

**Tabla 9:** Ubicación clientes según fuentes secundarias

Localidades	Número de clientes	Porcentaje
Valle de Cumbaya, Tumbaco, Puenbo, Yaruquí	373	28%
12 de Octubre, Coruña, La Floresta, Colón	400	30%
La Brasil, Quito Tennis, El Bosque	307	23%
El Condado, Carcelén, Ponceno	253	19%

### 3.2 Población y muestra

#### 3.2.1 Cálculo de la muestra

Para el conocimiento de la muestra según Dzib, (2020) se utiliza el tipo de muestreo estratificado, por la razón que se busca como objetivo primordial la selección de una muestra representativa que facilite el análisis de subgrupos de población por estratos económicos, edad, acceso a equipos tecnológicos y trabajo adecuado. Comprendiendo la población finita se aplicó un cálculo muestral que arrojo como resultado 384 personas. De las cuales serán aplicadas en 4 zonas diferentes del Distrito Metropolitano de Quito: Cumbaya, Coruña, Quito Tennis, El Condado.

$$n = \frac{z^2 pqN}{Ne^2 + z^2 pq}$$

Fuente: (Pazmiño, 2018)

Datos para calcular la muestra.

**Figura 5: Fórmula Finita**

**Tabla 10:** Cálculo de la muestra

<b>Formula Finita</b>		
<b>Variab</b>	<b>Nombre</b>	<b>Datos</b>
<b>N</b>	Universo	422140
<b>Z<sup>2</sup></b>	Nivel de confianza	95% = 3.84
<b>P</b>	Posibilidad de pase	50%
<b>Q</b>	Posibilidad que no pase	50%
<b>E<sup>2</sup></b>	Margen de Error	5%

Fuente: (Pazmiño, 2018)

**Figura 6:** Desarrollo de la formula

$$n = \frac{z^2 pqN}{Ne^2 + z^2 pq}$$

$$n = 383.81$$

Despejando las variables se obtuvo el tamaño de la muestra de 384 habitantes que serán aplicadas de acuerdo a la cantidad de usuarios que maneja el local matriz iFix Eloy Alfaro en los cuatro puntos del análisis de fuentes secundarias (banco de datos facturación iFix)

**Tabla 11:** Número de encuestas ha aplicar según sector

<b>Localidades</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>No de encuestas</b>
<b>Cumbaya</b>	28%	108
<b>Coruña</b>	30%	115
<b>Quito Tenis</b>	23%	88
<b>El Condado.</b>	19%	73
	100%	384

### **3.3 Tipo de estudio**

La presente investigación tendrá un nivel de estudio descriptivo, el mismo que tiene como objetivo detallar y analizar si es factible establecer una nueva sucursal de “iFix Ec” en el sector norte de la capital. El proyecto requiere conocer cuál será la posible oferta y demanda, de la nueva sucursal, tomando en cuenta que la empresa se dedica a la reparación de equipos Apple, tales como computadoras, tabletas, relojes, teléfonos, etc.; en conclusión, el método descriptivo se define por utilizar la medición y evaluación de diferentes características, además de indagar fenómenos tales como el planteado. El proyecto de factibilidad permitirá conocer si habrá la acogida suficiente para que el plan sea rentable.

### **3.4 Tipo de diseño**

El presente estudio es transversal porque los datos serán recolectados en un solo momento del tiempo y según (Hernández, 2014) el objetivo de este estudio es describir los datos en un momento único, también las variables son analizadas por su incidencia e interrelación en un momento determinado, prácticamente como “tomar una fotografía” de algo que está ocurriendo. Se aplica un estudio de caso debido a que el proyecto se enfoca en analizar la rentabilidad que podría existir al poder abrir una nueva sucursal de la empresa “iFix Ec”, al norte de Quito. Igualmente, se utiliza un estudio cuantitativo al aplicar encuestas en la localización geográfica de interés, a fin de conocer, si existe la suficiente demanda de clientes para que el proyecto sea rentable. Finalmente, se recurre a un estudio no experimental debido a que no se va a efectuar ninguna manipulación de variables para determinar posibles causalidades.

**Tabla 12:** Tipo de estudio y diseño

<b>Factor</b>	<b>Tipos</b>
Tipo de estudio	Descriptivo
Tipo de diseño	Transversal
	Estudio de caso
	Estudio cuantitativo
	No experimental

### 3.5 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

En la tabla 4 se describe las técnicas e instrumentos que se utilizará para la recolección de información teórico-práctica de la investigación. El proyecto de investigación tiene como fuente primaria, la aplicación de encuestas a clientes y clientes potenciales de “iFix Ec”, los datos recolectados serán analizados con técnicas estadísticas descriptivas en software SPSS, el cuestionario se tomó como referencia el proyecto “Análisis de factibilidad para la apertura de una sucursal del restaurante castillo del río en la ciudad de Cuenca” de (Jerez y Nivicela, 2014), puesto que ambos proyectos tienen una cierta similitud en cuanto al objetivo principal, que es realizar un proyecto de factibilidad de un sector determinado con la finalidad de apertura una sucursal para mejorar los ingresos de la empresa.

De igual manera, se considera el tipo de fuente secundaria con la utilización de textos, datos estadísticos del local matriz, sitios web, revistas, periódicos, actas notariales, documentales, conferencias escritas, entre otros; los mismos que aportaran con información confiable y valiosa para sustentar la información del estudio financiero y técnico, a su vez para sostener el estudio legal se empleara fuentes secundarias de la constitución vigente, leyes, reglamentos que puedan contribuir al desarrollo del proyecto propuesto. Además, puntualmente se usará las obras literarias como “Preparación y evaluación de proyectos”, “Proyectos de inversión, formulación y evaluación”, “Evaluación de proyectos de inversión en la empresa” del autor Sapag Chain Nassir, experto en proyectos de factibilidad, diseño financiero, técnico para empresas.

**Tabla 13:** Esquema de recolección de datos

Tipo de Fuente	Fuente	Técnica de recolección	Instrumento	Procesamiento de datos
----------------	--------	------------------------	-------------	------------------------

Primaria	Clientes y Encuesta clientes potenciales		Cuestionario	Técnicas estadísticas descriptivas en software SPSS
Secundaria	Textos, Datos estadísticos del local matriz, sitios Web, Revistas indexadas	Investigación documental	Notas bibliográficas	Resumen narrativo, tablas, figuras

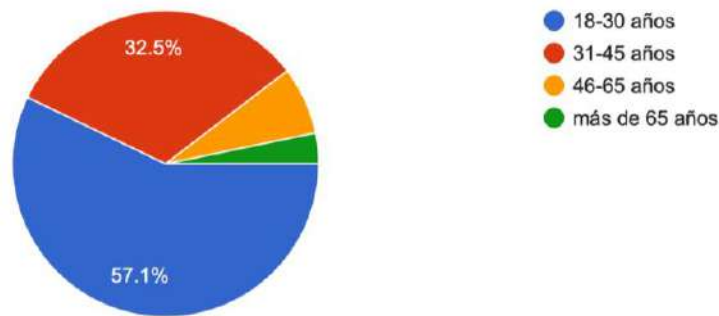
### 3.6 Elaboración del cuestionario

Según las fuentes secundarias proporcionadas por el local matriz Eloy Alfaro se aplicó un número determinado de encuestas a habitantes del norte de Quito ex clientes de la empresa “iFix” se adjunta anexo 2 para revisión de la encuesta

### 3.7 Informe

**¿Cuántos años tiene usted?**

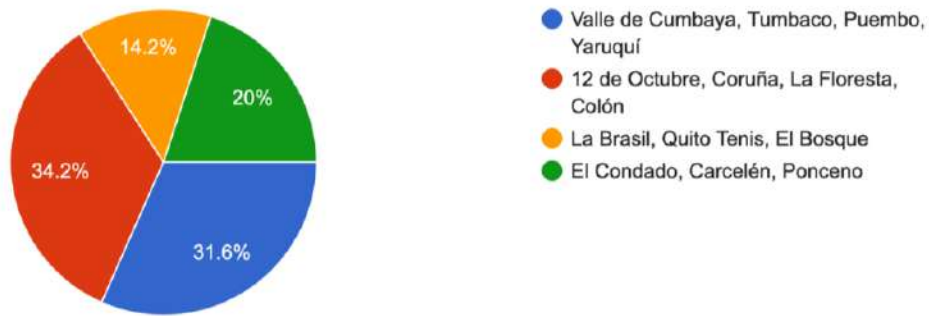
*Figura 7: Edad de la /del encuestado*



En el primer Figura se observa que los clientes principales de iFix son adultos que van de los 18 a 30 años principalmente millennials y una parte generación Z, los cuales tienen un deseo por reparar sus equipos Apple en vez de comprar uno nuevo, esto está arraigado a las premisas de su generación, ellos buscan reciclar, reducir la basura cibernética, son amantes de los componentes electrónicos de marca y ahorran para actividades como viajes y actividades de recreación las cuales son acompañadas con fotos espectaculares que solo un dispositivo Apple puede otorgar; por tal motivo prefieren reparar su iPhone a comprar un dispositivo Android que cueste el equivalente al arreglo del mismo. En segundo lugar, con un 32% son adultos que tienen de 31 a 45 años, que comparten las ideas de los Millennials y a su vez buscan componer su herramienta de trabajo que fue adquirida hace pocos años a un precio considerable y no piensan en desecharlos aún. Con un 7,1% están los adultos de 46 a 65 años y un 3,2 adultos de tercera edad que tienen problemas con la tecnología, los equipos que poseen tienen varios años y casi siempre necesitan de cambio de batería y asesoramiento en el funcionamiento de cada periférico; ellos no son tantos, pero son los clientes más fieles son quienes recomiendan a sus familiares con equipos más actuales que vengan a iFix a adquirir accesorios o cualquier componente, todo esto sucede gracias a la confianza que se ha ganado en el pasado; con trabajo honesto paciencia y responsabilidad.

¿Usted vive o trabaja en qué sector?

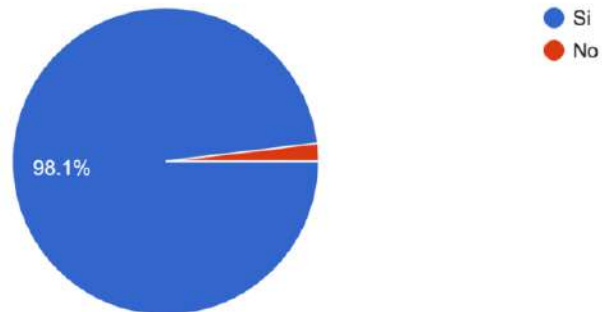
**Figura 8:** Sector trabajo o vivienda



De las 384 encuestas aplicadas, el 34,2% nos indica que el sector de la Coruña es en donde realizan sus actividades económicas diarias o se domicilia la mayoría de clientes iFix del local matriz Eloy Alfaro, se considera varios puntos álgidos para ser la dirección con mayor puntuación: como la ubicación de las universidades más extensas de Ecuador (PUCE, EPN, UPS, UDLA, Etc.), sector financiero (bancos y cooperativas), comercial (supermercados, tiendas de electrónica, ropa, etc.) bares y restaurantes, además de ser el sector donde se radican una gran cantidad de oficinas del sector productivo del país. En el lugar número 2 se encuentra Cumbaya con un 31,6%, muchos de los clientes iFix viven en Cumbaya, pero trabajan en Quito, esto se puede afirmar, ya que años atrás se abrió una sucursal en Cumbaya y no tuvo la suficiente demanda para continuar en el mercado; pero es una buena señal en caso de haber la posibilidad de abrir una nueva sucursal en el valle esta será enfocada más en las personas que puedan acudir al local, sin problemas de ubicación y con parqueadero para que el nicho de mercado sea cubierto en su totalidad. En tercer punto está el Condado con 20%, Quito y su población se está extendiendo para el lado norte de la capital a residir, pero las actividades económicas aún radican al centro norte de Quito, hay un número esencial de clientes iFix que se domicilian en la Urbanización el Condado, pero aún no es relevante para instalar una nueva sucursal.

### 1.- ¿Usted dispone de algún equipo Apple?

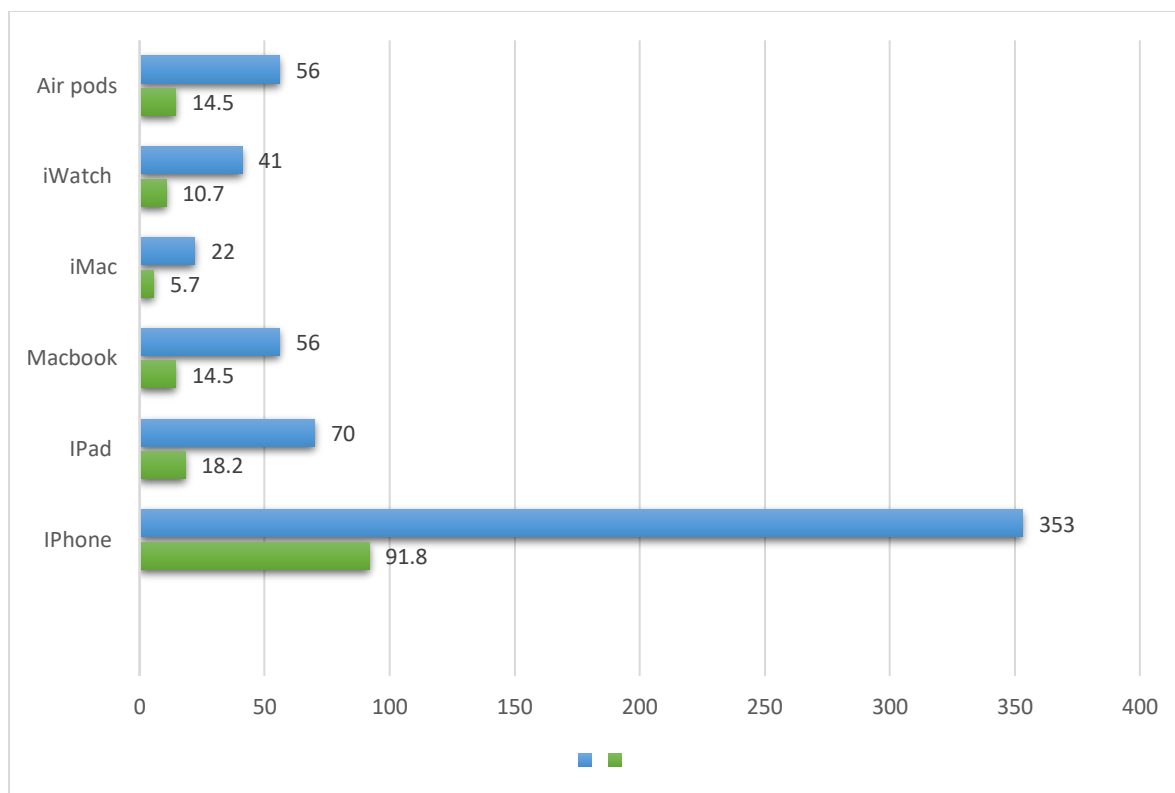
**Figura 9; dispone de equipo Apple**



La interrogante 1 es aplicada a todos los usuarios de iFix Eloy Alfaro se pensaría que la pregunta sería al 100% afirmativa, pero en el Figura indica un 1,9% de clientes que ya no dispone de quipos Apple debido a varios factores como: economía, seguridad y sobre todo en el servicio técnico los equipos mojados no siempre salen operativos o tienen vida útil incierta.

## **2.- ¿Cuál de los siguientes dispositivos Apple tiene?**

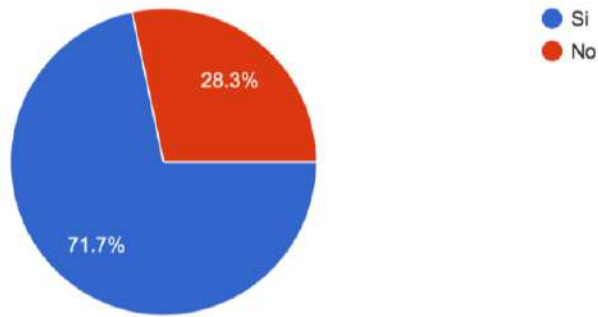
**Figura 10: dispositivo Apple que tiene**



De las 384 personas encuestadas, un 91,8% (353 clientes) disponen de celulares iPhone para su uso diario, el iPhone es uno de los dispositivos móviles más comercializados y pretendidos a nivel mundial debido a su eficiente rendimiento, conectividad, diseño y elegante manufactura en sus acabados de cerámica y aluminio. Como segundo equipo más usado por los clientes está el iPad, con un 18,2%; la versatilidad, el precio, fácil transporte y una opción alternativa a un computador personal ha hecho que los iPads sean unos de los artículos electrónicos preferidos por los usuarios iFix y también uno de los más reparados por el tamaño y fragilidad de la pantalla. Las MacBook y los AirPods ocupan el tercer lugar con un 14,5%, las computadoras son costosas en comparación con la competencia, por ende, no es un producto para todo el público, por otra parte, los AirPods van ganando terreno a pesar de ser dispositivos caros tienen un buen porcentaje de aceptación por los usuarios Mac. De cerca, con 10,7% está el iWatch que impacta al usuario por los beneficios de salud y portabilidad que entrega.

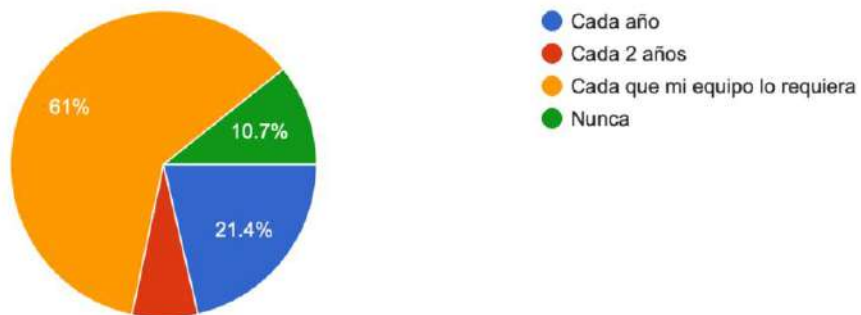
### 3.- ¿Usted ha realizado mantenimientos o reparaciones a dichos equipos?

*Figura 11: realiza mantenimiento*



El 71,7% de las personas encuestadas menciona que han realizado reparaciones en sus equipos; esto debido al deterioro progresivo, accidentes al manipular sus terminales y a la obsolescencia programada de las baterías, mientras que el 28,3% no ha realizado mantenimientos aun porque la vida útil de computadoras, iPads, audífonos y relojes es aproximadamente de 5 años, además los materiales que se usan para la fabricación de los productos Apple son *Premium* con mezclas de aluminio y titanio diseñados para soportar el paso del tiempo.

#### 4.- ¿Con qué frecuencia realiza el mantenimiento?



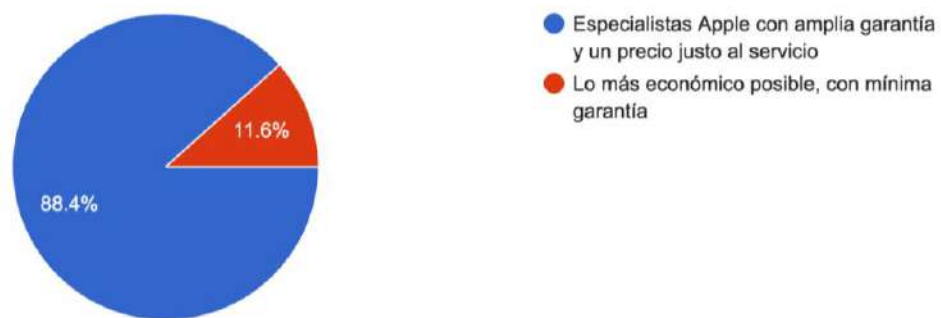
*Figura 12: frecuencia del mantenimiento*

La primera opción más puntuada es “cada que mi equipo lo requiera”, da a entender que si el equipo es nuevo no necesitará de una reparación a corto plazo, exceptuando a que esta sufra un accidente y se destruya algún periférico o componente. Los usuarios en la actualidad son dependientes de sus equipos electrónicos, por ende, estos están más expuestos al polvo, humedad

y accidentes, por lo tanto, una limpieza o mantenimiento es necesaria para eliminar residuos de basura en altavoces, pines de carga, micrófonos, etc.; y el 21,4 de clientes Ifix acuden una vez al año para tener sus equipos en óptimo estado. El 10,7 de los usuarios prefieren vender o intercambiar su equipo antes de que este necesite de una reparación, debido a que su comercialización y popularidad es a nivel mundial, son apetecidos en el mercado de segunda.

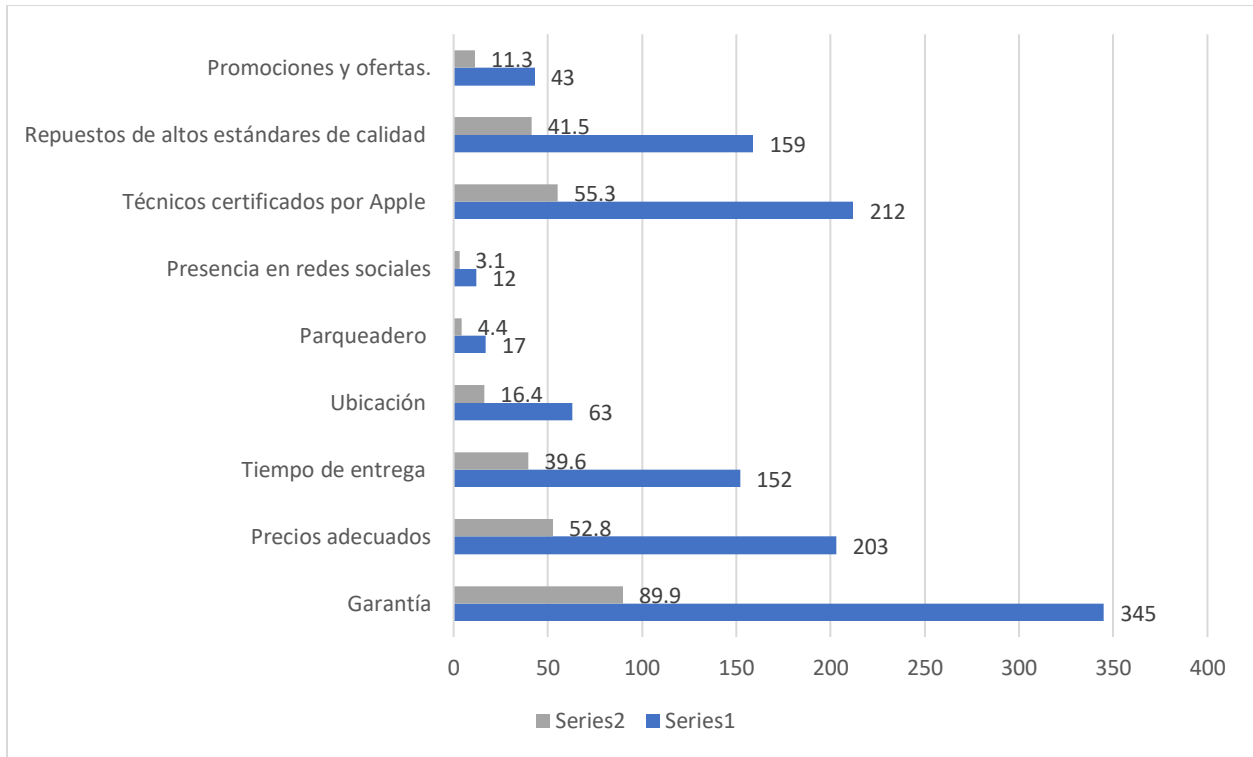
## 5.- ¿Dónde realiza el mantenimiento de los equipos?

*Figura 13: mantenimiento de equipos*



Los clientes Apple son personas que invirtieron una buena cantidad de recursos para adquirir sus productos, por tal motivo buscan técnicos especialistas en la marca para realizar los mantenimientos y reparaciones, no ponen en riesgo su inversión en manos de empresas *amateurs*, esto se demuestra con la pregunta 5 debido a que el 88,4% de los encuestados comentan que confiarían sus equipos solo es manos profesionales con garantía, seguridad y certificación de un trabajo profesional, un 11,6% prefieren ahorrar dinero y arriesgarse a reparar sus equipos donde el precio sea el menor.

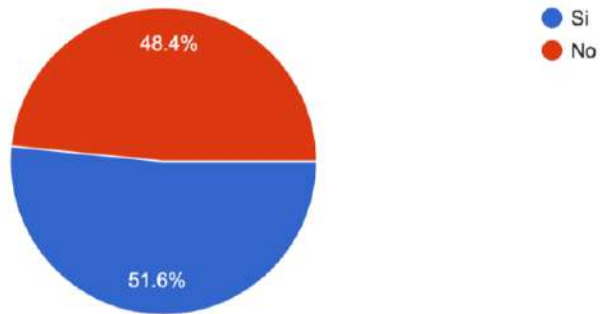
## 6.- ¿Qué factores usted considera los más importantes para que un servicio técnico sea de óptimo servicio?



**Figura 14:** calidad del servicio

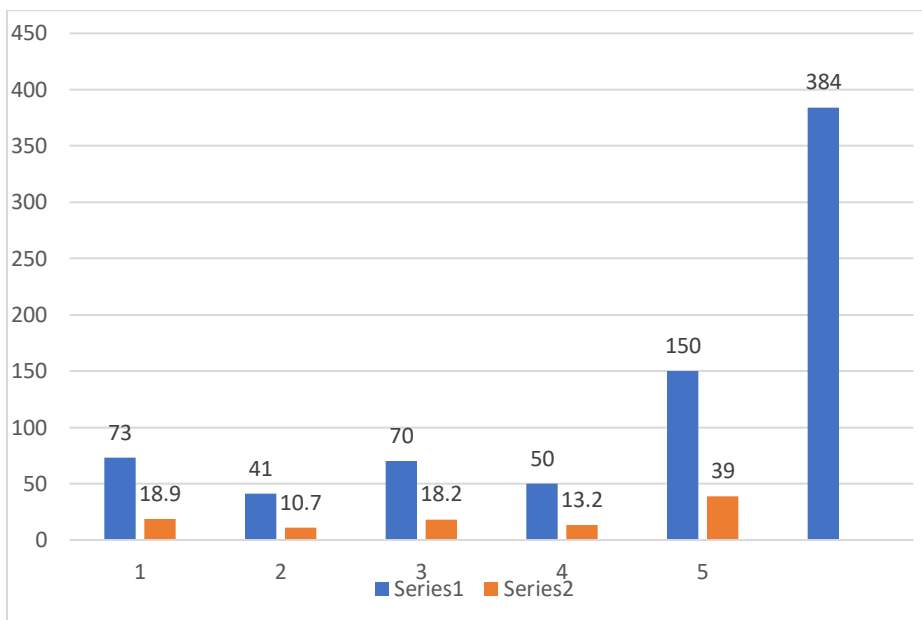
La pregunta 6 indica las facultades que debe tener un servicio técnico para ser considerado de óptimos estándares de calidad. La primera estrategia que debe tener un establecimiento es garantía con un 89,9%; la confianza se redime con el tiempo de garantía que se entrega al usuario, entre más largo sea este, más seguridad tendrá el consumidor. El segundo lugar, con un 55,3% el factor técnicos certificados por Apple, uno de los más complicados porque la marca no entrega certificaciones directas si no lo hace mediante los distribuidores oficiales de cada país y sin un convenio sería imposible certificar a un técnico, como 3.er factor, precios adecuados con 52,8%, una de las falencias de los distribuidores autorizados, pues ellos solo manejan los repuestos entregados por la marca y muchas de las veces superan el costo real del equipo en cuestión ahuyentando a los clientes a cambiar de marca o buscar una opción más económica en servicios técnicos populares.

**7.- En el sector que usted se domicilia o trabaja, ¿existen centros de reparación que cumplan con los factores mencionados anteriormente?**



En la pregunta 7 se representa con casi un empate donde el sí tiene un 51,6% y el no un 48,4% indicando que la competencia será fuerte en los sectores a estudiar, donde va a prevalecer y destacar la empresa que innove o desarrolle los factores garantía, precios justos y mano técnica certificada por Apple además se debe demostrar confianza, seguridad y excelencia a los nuevos clientes para que visualicen a iFix como una opción de servicio técnico prémium para que abandonen a la competencia y se una al equipo.

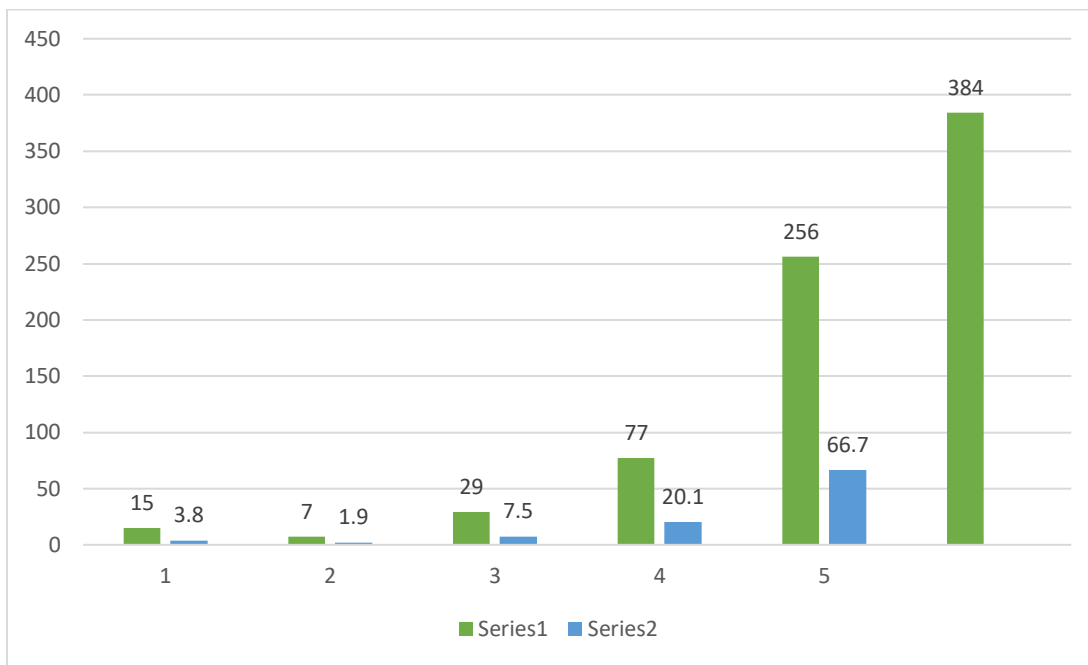
**8.- ¿Cómo califica el servicio brindado por centros técnicos DIFERENTES a iFix?**



**Figura 15:** servicios de centros técnicos

El 39% y el 13,2% de los encuestados mencionan que están satisfechos con los servicios técnicos de la competencia (52,2) cabe destacar que son empresas como ApTeck, Think, Mundo Mac (gigantes en la industria de reparación Apple) que son distribuidores de repuestos genuinos para Ecuador, pero sus precios son altos en comparación con iFix además, los tiempos de entrega muchas de las veces bordean las 3 semanas y la garantía es de 3 meses. Las empresas de la competencia que disponen de precios más competitivos carecen de técnicos especialistas y brindan una garantía nula o muy corta; por lo tanto, es reflejado en la encuesta contestando con un nada satisfecho teniendo un 18.9% y 10,7% que suma un 29,6% de inconformidad

**9.- ¿Cómo evaluaría usted los servicios prestados por iFix?**

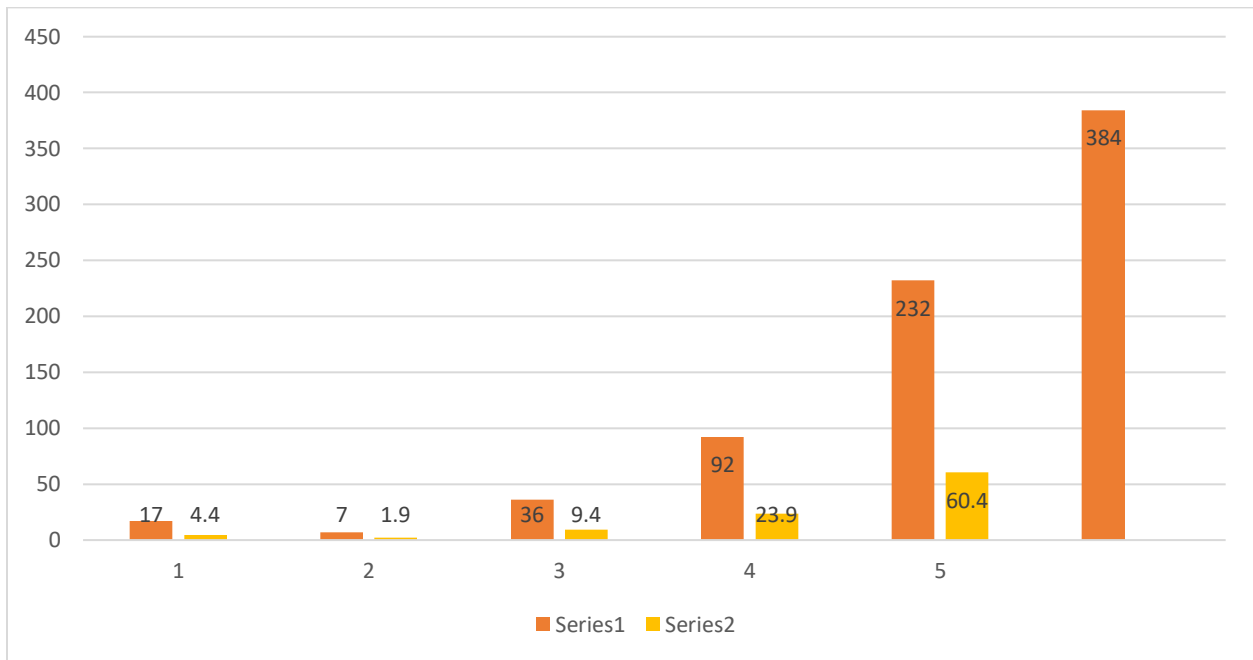


**Figura 16:** evaluación servicios prestados iFix

Según la encuesta, los servicios prestados por iFix son evaluados por sus clientes con un 66,7% más 20,1% (86.8%) de satisfacción, dando a percibir que la garantía de un año, el tiempo de entrega, mano de obra calificada y precios justos son factores determinantes para la supervivencia de la empresa en el competitivo mercado de la reparación. Mientras que un 5,7 menciona que tuvo

una mala experiencia con la empresa, esto puede ser debido a que sus equipos ya fueron manipulados antes y no se pudieron reparar, mojaron o rompieron el equipo anulando la garantía o simplemente que hubo un problema de logística al importar una pieza y se retrasó la entrega del equipo.

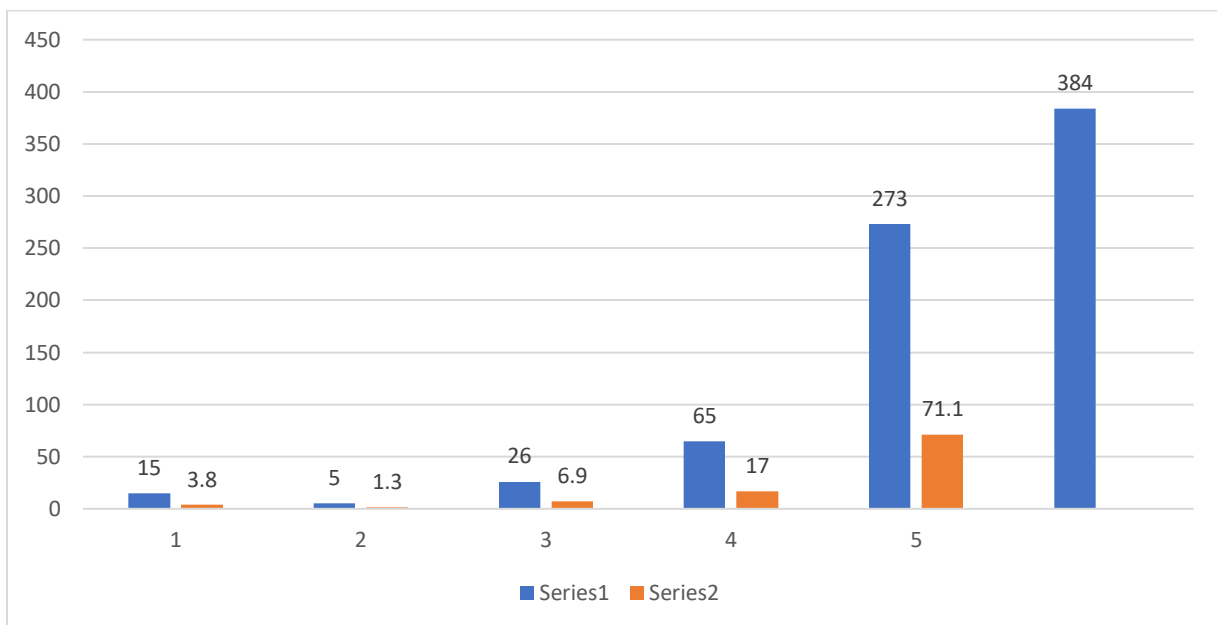
**10.- Después de recibir el servicio con iFix, ¿cómo evaluaría usted la relación costo beneficio? (excelente es la mejor ponderación)**



*Figura 17: evaluación servicio*

El costo benefició de la empresa es calificada por los usuarios con un 60,4 % más un 23,9% dando como valor un 84,3% de satisfacción, esto es debido a que se respeta la garantía sea cual sea la circunstancia, además todos los repuestos que usa iFix tienen garantía de por vida en Estados Unidos, por lo tanto, hay un respaldo del proveedor para entregar una experiencia única al consumidor. Un 6,3% de los encuestados dice lo contrario, razón por la constante mejora que intenta aplicar iFix para bajar los márgenes negativos al mínimo posible.

**11.- Al considerar la experiencia con iFix, ¿cuál es la probabilidad de que recomiendes el servicio?**



**Figura 18:** experiencia con iFix

Los clientes confían en iFix por la trayectoria que tiene en sus 7 años de servicio y comentan en la encuesta con 88,1% que muy probablemente recomendarían sus servicios a sus conocidos, esta respuesta brinda al estudio estabilidad, pues, determina el grado de aceptación que tienen los usuarios con la empresa y posibilita a crear una nueva sucursal usando la misma estrategia que viene empleando hace varios años; además de fortalecer los factores que el cliente considera claves para su conformidad.

**Resumen**

De las personas encuestadas resaltan los millennials, generación x, y una parte generación Z con un promedio de edad de 18 a 45 años (89,6%) quienes consumen los productos y servicios de iFix. Con un 34,2% las personas del sector 12 de octubre, Coruña, La Floresta, Colón son quienes comparten un punto estratégico para posiblemente abrir una nueva sucursal de la empresa, según la encuesta también indica que en segundo lugar está el Valle de Cumbaya con un 31,6% de ocupación. El 98,1% de las personas encuestadas mencionan que tienen equipos Apple y solo el 1,9 ha migrado a otra marca o ya no tiene afinidad con la empresa de la manzana mordida.

La comunidad que participo en el ejercicio tiene como prioridad adquirir un iPhone sobre cualquier otro producto, después un iPad y como tercer punto una macbook y airpods; el estudio demuestra que los celulares son los productos más populares, esto debido al marketing y posicionamiento en la mente del consumidor se evalúa tener mayor stock de repuestos para dichos equipos.

La pregunta 3 habla sobre si el cliente ha realizado mantenimiento es sus equipos Apple, el 71,7% indica que, si lo ha realizado, muchas de las veces una limpieza de altavoces, pin de carga, cambio de pantalla o batería, etc. Y el 28,3 % no ha realizado ninguna reparación por la buena estructura y por los resistentes materiales por los que están diseñados los productos.

La cuarta pregunta tiene como objetivo conocer cada qué tiempo se realizan los mantenimientos y el 61% indica cada que el equipo lo requiera; esto se explica porque los dispositivos apple tienen una función en donde el producto informa al usuario si ya es necesario el cambio de la batería y esto no se puede calcular en tiempo porque es indistinto como el usuario cuide su dispositivo o cuando el equipo se rompa. La quinta pregunta estipula con el 88,4% los usuarios iFix prefieren acudir donde expertos para componer sus equipos, evitando daños o conflicto a futuro con empresas amateur. Los factores más importantes para que un servicio técnico sea óptimo, según la encuesta, son:

- Garantía con un 89,9%
- Técnicos certificados por Apple 55,3%
- Precios adecuados con 52,8%

Una técnica para seguir en el mercado es mejor estos factores y reforzar las garantías para que el público tenga la confianza y seguridad en la empresa

La séptima interrogante contesta si en el domicilio o lugar de trabajo del cliente existe un centro de reparación con los factores antes mencionados existe un leve empate de 51,6% Sí y con No un

48,4% indicando que la competencia está presente álgidamente, pero hay una oportunidad de romper el mercado si se aplican estrategias adecuadas. En la octava pregunta se pretende conocer como ve el cliente a la competencia y con un 39% se verifica que los usuarios están muy satisfechos con el servicio que presta la misma; cabe destacar que la competencia de iFix son empresas grandes con años en el mercado, autorizadas por Apple y con precios alto a comparación de iFix.

La novena interrogante evalúa los servicios que iFix presta a la comunidad, calificándola con un 66,7% muy satisfecho, dicha calificación refleja la estrategia de entregar una buena garantía, mano de obra certificada y precios a la par con los equipos a reparar. En la pregunta diez se califica la relación costo beneficio y es alentador para la empresa saber que el 60,4% de los encuestados considera que los precios son razonables al reparar un equipo con años de uso.

Para finalizar la pregunta once califica la experiencia y si el usuario recomendaría el servicio a otra persona y con un 71,1% lo garantiza convenciendo al estudio que seria factible aperturar una nueva sucursal por los buenos resultados obtenidos en el estudio de mercado.

## Capítulo 4. Propuesta elaboración del proyecto de Factibilidad.

### 4.1 Estudio técnico

#### 4.1.1 Localización

*Tabla 14: Matriz de Localización*

Factor	%. Pond.	Alternativas							
		Cumbaya		Coruña		Quito Tennis		El Condado	
		Calif.	Pond	Calif.	Pond	Calif.	Pond	Calif.	Pond
<b>Cercanía público objetivo</b>	30%	4.00	1.20	5.00	1.50	2.00	0.60	3.00	0.90
<b>Disponibilidad de servicios</b>	5%	5.00	0.25	5.00	0.25	5.00	0.25	5.00	0.25
<b>Operatividad matriz</b>	20%	2.00	0.40	4.00	0.80	4.00	0.80	2.00	0.40
<b>Costos del sector</b>	20%	1.00	0.20	3.00	0.60	3.00	0.60	4.00	0.80
<b>Facilidades de acceso</b>	25%	3.50	0.88	4.00	1.00	2.00	0.50	1.00	0.25
<b>Total</b>	100%	2.93		4.15		2.75		2.60	

Para identificar las alternativas señaladas se utilizó fuentes secundarias proporcionadas por la empresa matriz (base de datos facturas clientes 2018- 2022) donde se verificó que la mayoría de los usuarios iFix Eloy Alfaro pedían su comprobante de compra con ubicaciones cercanas a los sectores mencionados. Posteriormente se aplica el estudio de mercado donde sé válida la información y se comprueba que los puntos de mayor afluencia arriban de 4 zonas del norte de Quito: Cumbaya, Coruña, Quito, Tennis, El Condado.

Los factores determinantes y la ponderación para la matriz de ubicación son desarrollados en un conversatorio con clientes, el personal administrativo: gerencia, contabilidad, recursos humanos,

marketing y también los colaboradores operativos, ventas, servicio técnico. Después de varios minutos de discusión se toma la decisión de utilizar:

Cercanía público objetivo como primer factor con una importancia del 30% debido a que la ubicación del negocio al sitio de trabajo o de domicilio del cliente es obligatorio para que el tiempo en reparación y entrega se cumpla sin prejuicios (menor tiempo posible). Se toma en cuenta que los equipos celulares ahora no son un implemento más, sino que son una extensión del cuerpo, una herramienta de trabajo y sin el dispositivo el usuario no puede efectuar ninguna tarea cotidiana, por ende, la cercanía a los puntos claves de mayor circulación de público es mandatario y tiene la mayor ponderación en la matriz.

Facilidad de acceso tiene un 25 % en ponderación y su valor es debido a la sencillez que existe para el ingreso del local, parqueaderos, transporte público, rampas para personas con discapacidad, etc. Al estar el estudio centrado en el norte de Quito, el tráfico es un elemento indispensable para la planificación de las operaciones habituales del local y si no existe un estudio previo que garantice una fácil entrada, el proyecto estaría en peligro.

Operatividad con la Matriz tiene un 20% de ponderación y es debido a la importancia que existe en la comunicación y respuesta entre el punto de abastecimiento (Matriz Eloy Alfaro) y el nuevo local; también con un 20% está el costo del sector; las ubicaciones que están siendo estudiadas son de alta plusvalía lo que conlleva a altos costos de arriendo y producción. Como último punto está con un 5% disponibilidad de servicios básicos; no en todos los sitios habrá la misma facilidad para abastecerse de servicios básicos, pero se puede destacar que los puntos experimentados se ubican en la capital del Ecuador, eje económico del país.

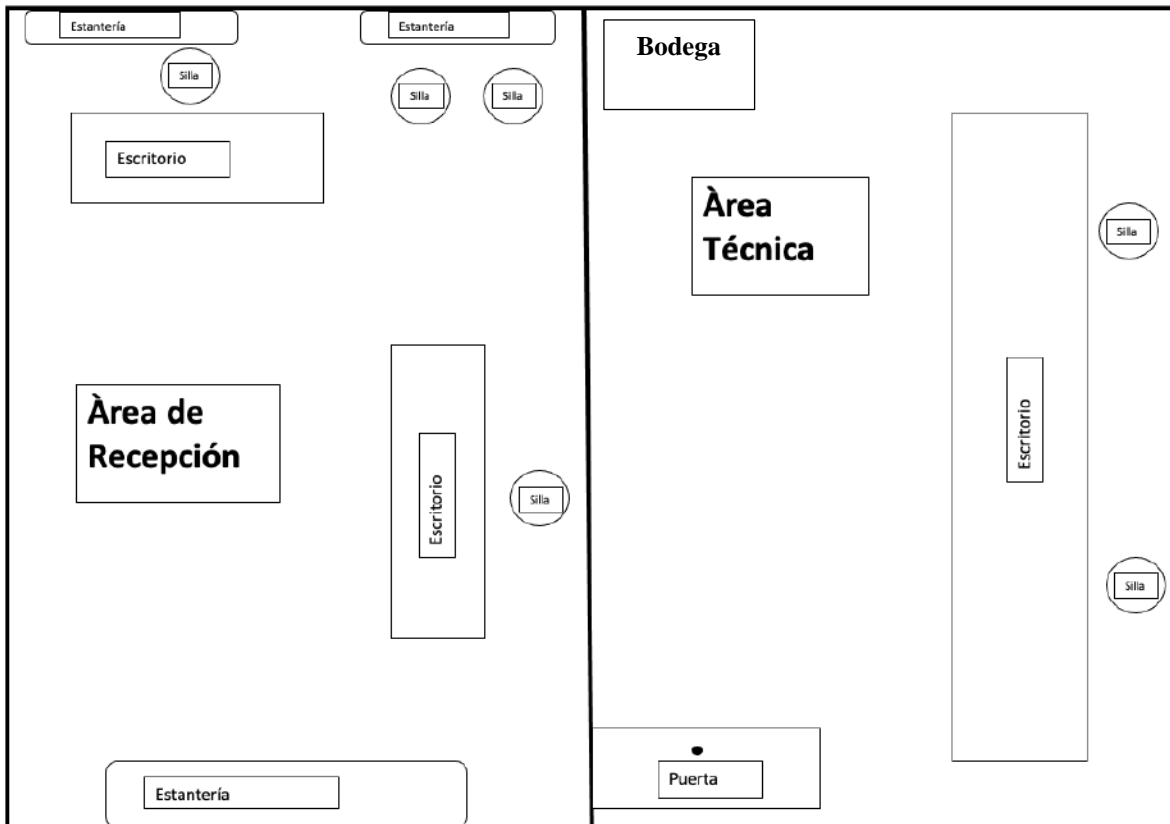
Dadas las ponderaciones y los factores de ubicación la tabla de localización se sitúan de la siguiente forma:

**Tabla 15:** Afluencia de clientes por sectores según el estudio de mercado

<b>1.- Coruña</b>	<b>2.- Cumbaya</b>	<b>3.- Quito Tenis</b>	<b>4.- El Condado</b>
<b>4.15</b>	2.93	2.75	2.60

La Coruña es uno de los puntos más concurrido por los clientes iFix Eloy Alfaro y el estudio de mercado lo corrobora con un 34,2% de respuestas afirmativas, entregando una calificación ponderada de 1,50 en Cercanía público objetivo; tiene todos los servicios básicos que necesita un centro técnico de reparación Apple, además está situada aproximadamente a 20 minutos del punto matriz habilitando una buena movilidad para transporte y procesamiento de productos hay una ponderación de 0,80. La facilidad de acceso es práctica entregando una calificación de 4 puntos ponderada de 1 y para concluir de los tramos que abarcan el sector Coruña, La Floresta, Colón, 12 de Octubre; existe en la calle Orellana y Coruña, N27-88 Edificio Coruña Plaza un local con parqueadero, seguridad interna, fácil visibilidad y accesos múltiples en un precio adecuado (500 a \$600) entregando una ponderación de 0,60 no es la más económica pero aceptable en comparación con el arriendo del local matriz (\$1000). En conclusión, Coruña es la ubicación adecuada para abrir una nueva sucursal iFix por las prestaciones que brinda su situación geográfica, económica y comercial.

#### ***4.1.2 Requerimiento técnico***



**Figura 19:** Plano Referencial - Layout

El local se divide en dos partes (45 m2 totales), la primera en área de recepción donde se recolectarán los equipos que necesiten reparación, además los clientes pueden observar los diferentes accesorios que serán útiles para sus equipos y adquirirlos. La segunda planta está designada para el área técnica, donde el personal capacitado podrá manipular los equipos electrónicos con el objetivo de dar un diagnóstico y finalmente solucionar el problema evidenciado. En esta área también se encuentra la bodega donde estarán los repuestos y equipos almacenados.



**Figura 20:** Plano Referencial 3D - Layout

**Tabla 16:** Costos de puesta en Marcha

	Catd.	Valor unt.	Precio
Remodelación			300
Letrero y Publicidad en vidrios			250
<b>Muebles y Enseres</b>			
Escritorios	3	100	300

Sillas	6	25	150
Estanterías	5	150	750
<b>Equipos de Computación y Tecnología</b>			
Computadores personales	3	\$500	\$1500
Cables y conectores	4	\$20	\$80
Teléfono Móvil	1	\$250	\$250
Impresora	1	\$200	\$200
<b>Maquinaria</b>			
Microscopio	1	\$200	\$200
Fuente de Poder	1	\$120	\$120
Destornilladores	50	\$0.70	\$35
Consumibles (goma, estaño, ligas, pasta térmica, etc.)	5	\$5	\$25
Otros	1	\$100	\$100
<b>Costo Total</b>			<b>\$5165</b>
<hr/>			
Total Activos corrientes (inventario)	<b>45</b>	<b>\$20,11</b>	<b>\$905</b>

Luego de encontrar un local apropiado en el lugar analizado (Av. Coruña) se procese a equiparlo con muebles y enseres detallados en el cuadro. Los mismos que tendrán un costo aproximado de \$ 4260 según los datos recolectados más \$ 905 de inventario entre pantallas y baterías de los equipos más usados. Los equipos de computación serán usados para tareas administrativas y para reparación de software, el teléfono móvil a más de su uso cotidiano será usado para crear campañas publicitarias mediante las redes sociales y también para almacenar los diagnósticos de cada equipo (diagnóstico digital mediante WhatsApp)

**Tabla 17: Recurso Humano**

<b>Cargo Laboral</b>	<b>Personas</b>	<b>Días Trabajados</b>	<b>Remuneración</b>	<b>Aportación matriz</b>	<b>Aportación sucursal 30%</b>
<b>Presidente</b>	1	30	700	490	210
<b>Gerente general</b>	1	30	700	490	210
<b>Contador</b>	1	30	600	420	180
<b>Total</b>			2000	1400	<b>600</b>

La sucursal tendrá la obligación de asumir el 30 % de gastos administrativos mensualmente debido a que no pretende incurrir en contratación duplicada para acciones administrativas repetitivas (contabilidad, gerencia y presidencia) porque la empresa no tiene la capacidad económica ni la extensión suficiente para general más plazas de trabajo; además con el afán de no incluir capital de trabajo a la inversión, se difiere cada mes el 30% de gastos administrativos de la matriz al balance de situación financiera del nuevo local.

<b>Cargo Laboral</b>	<b>Personas</b>	<b>Días Trabajados</b>	<b>Remuneración</b>
Asesor Técnico	1	30	425.00
Asesor Comercial	1	30	425.00
Limpieza	1	4	80.00
	<b>3</b>		<b>930</b>

<b>Gastos nómina</b>	
Sueldos	425
H. Extras	0
Comisión Ventas	100

Decimotercero Sueldo	35.42
Decimocuarto Sueldo	35.42
Aporte Patronal	40.16
Fondos de Reserva	-
Vacaciones	17.71
Bono Extraordinario	-
Atención empleados	-
Asistencia médica	-
<b>Total</b>	<b>653,71</b>
<b>Total 2 empleados</b>	<b>1307.42</b>
<b>Empleados más limpieza</b>	<b>1387.42</b>
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>1987,42</b>

Asesor técnico su función principal es, reparar y diagnosticar los equipos tecnológicos que ingresen en mal estado, necesiten mantenimiento, cambio de algún componente o limpieza. Asesor comercial tiene entre sus funciones principales ingresar al sistema electrónico los equipos averiados, además debe impulsar la venta de accesorios (estuches, cargadores, cables, audífonos, etc.) perchar mercadería, tareas administrativas (facturación, ingreso de mercadería, cierres de caja, inventario cíclico etc.). La remuneración de los dos colaboradores a percibir será de un salario básico más beneficios de ley adicional, comisiones por cumplimiento de presupuestos de venta. El personal de limpieza será solicitado una vez a la semana y se liquidará con la factura correspondiente.

**Tabla 18: Detalle de gasto de operación**

<b>Gastos generales</b>	<b>\$</b>
Arriendo	500
Condominio	50
Empresa Eléctrica	20
Servicio de Internet	30
Telefonía Convencional	10

Telefonía Celular	30
Suministros Oficina	10
Suministros Cafetería	5
Mantenimiento de equipos	
Mantenimiento instalaciones	
Mantenimiento matriculas vehículos	
Seguridad	60
Servicio de Datafast	15
Movilización y transporte	10
Combustibles y Lubricantes	10
Comisiones Tarjetas de crédito	100
Trabajos de Imprenta	15
Depreciaciones	71.51
Viajes y viáticos	
Renta Software	30
Uniformes	10
Servicios Ocasionales	
Gastos importación	70
Publicidad y Promoción	50
<b>TOTAL</b>	<b>\$1096,51</b>

Los gastos de operación mensual ascienden a \$ 1096,51 cabe destacar que muchos de estos gastos serán compartidos con la matriz y según la temporada los gastos de publicidad aumentarías o disminuirían de igual manera en los gastos de importación y las comisiones de tarjeta de crédito dependerán de la oferta y demanda que existan en el transcurso de la operación comercial del negocio.

#### **4.2 Análisis Legal**

La empresa iFix es una Sociedad Civil y Sociedad Comercial (S.C.C.), lo que dificulta su expansión y libertad financiera; para poder crecer es necesario conformar una Sociedad Anónima.

Por agilidad de trámites y costos es oportuno adquirir una empresa sin actividad comercial constituida, adquirirla por el capital completo \$800 (requisito indispensable por la Superintendencia de Compañías) y capital mínimo. Luego se procede al cambio de accionistas, nombre y actividad económica, después se debe adquirir la resolución aprobatoria presentada por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros o por la Superintendencia de Bancos y Seguros. El siguiente paso es la obtención de escritura pública de apertura de sucursal en donde se establece un nuevo RUC y se procede a cancelar los valores de patentes 1,5% por 1000, permisos de funcionamiento (bomberos, municipal, etc.) Registro de la Propiedad y Mercantil, (2021). Además se deben tomar en consideración los siguientes requisitos que están enlistados a continuación.

*Tabla 19: Documentos legales para apertura*

Permiso ambiental	0
Permisos municipales	0
Obtención ruc (actualización)	0
Patente municipal	(1,5x1000) 181,71
Permiso de bomberos	0
Contratos de trabajo	0
Honorarios abogados	1500
<b>TOTAL</b>	<b>1681,71</b>

### 4.3 Análisis ambiental

La empresa iFix al trabajar con elemento nocivos y dañinos al medio ambiente tiene un control de reciclaje que evita el contacto de piezas electrónicas con la naturaleza. Los elementos que se cambian o se reparan tienen metales y componentes hechos de cobre, óxido de indio, estaño, mercurio, zinc, aluminio y uno de lo más peligroso, el litio, que es capaz de contaminar hasta 6000 litros de agua con una sola batería de reloj según Regot, (2017). Las autoridades en el país actualmente no regulan la operación de negocios que manejan residuos contaminantes para el ecosistema, pero la empresa por educación ambiental y precaución del medio ambiente recicla los componentes en puntos autorizados por el Distrito Metropolitano de Quito, la empresa estatal

(EMASEO, 2016) tiene 14 “puntos limpios” de recolección entre estos uno ubicado en el parque La Carolina en el estacionamiento 2 específicos para el acopio de partes electrónicas y baterías.

## **4.4 Gestión de Marketing**

### **4.4.1 Mercado Meta**

Según el estudio de mercado, el primer grupo de clientes son personas naturales, millennials y una parte generación Z (57.1%) de 18 a 30 años de edad con tendencia a reciclar, reducir y reutilizar sus productos tecnológicos de marca Apple, tienen poder adquisitivo y busca altos estándares de calidad en sus compras. Los objetivos de estas personas son al momento de reparar sus equipos tengan un resultado impecable como si jamás se hubiera hecho una corrección en su dispositivo, además no están interesados en volver a reparar la misma pieza varias veces. Necesitan una garantía extensa para asegurar su inversión con piezas de elevados estándares de calidad importadas del país de origen de la marca.

Las fuentes de información de este segmento de mercado están enfocadas en redes sociales como Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, TikTok, Twitter, etc. Donde cotidianamente consumen material auditivo y visual, además siguen en sus cuentas a influencers o personajes de populares que comparten las mismas tendencias o aficiones del usuario. Los puntos de dolor para este usuario es el poco tiempo que tiene entre semana para dejar sus equipos, además sus máquinas electrónicas son su fuente de trabajo; estar horas desconectado complicaría ejercer sus actividades económicas diarias, otro factor de dolor es confidencialidad de sus datos el cliente posee información delicada que por ningún motivo puede ser vulnerada o perdida

Las objeciones del primer avatar son los precios, estos deben ser acordes al servicio y a la garantía que se va a recibir, además los tiempos de entrega deben cumplirse a cabalidad, ya que el usuario no puede perder tiempo en contrariedades de la empresa y como último punto la ubicación del lugar debe estar en una zona segura con disponibilidad de parqueadero y con guardias de seguridad para la protección de sus objetos

### **Avatar 1 Personas Naturales**



El grupo que se debe expandir la empresa son a las personas jurídicas; compañías que necesiten de mantenimiento, soporte y ayuda en temas tecnológicos Apple. Los objetivos de este grupo son acuerdos formales de responsabilidad, seguridad y legitimidad, que sus equipos estarán seguros con la proveedora de servicios y en caso de ocurrir algún problema a posterior, la empresa tenga la obligatoriedad de solucionar el inconveniente lo antes posible. Exigen garantía por el trabajo realizado, además de tener una entrega en el menor tiempo posible porque los equipos que van a ser revisados son objetos de trabajo cotidiano. También en lo posible necesitan de crédito directo para realizar compras de valores altos y poder pagar a mes caído.

Las fuentes de información de este usuario son Redes sociales: Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, TikTok, Twitter, correos electrónicos, prensa y Tv son más conservadores que el usuario común y buscan la formalidad (cotizaciones). Los puntos de dolor se refieren a un trabajo mal elaborado, robo de información importante de la empresa, incumplimiento de acuerdos, grietas o golpes en los equipos es uno de los terrores de los clientes jurídicos. Las objeciones son quedar

insatisfechos con el trabajo prestado por mala comunicación con el departamento de ventas, esto sucede cuando las computadoras son antiguas y el cliente quiere mejorar su rendimiento, pero muchas de las veces por software ya no aceptan actualizaciones e invertir en un equipo vintage sería una mala idea. Cambio o aumento de precios después de revisar la computadora y entregar una cotización; esta acción sucede cuando el técnico no desarma por completo la computadora y no se da cuenta de que está mojada o tiene algún daño adicional al cotizarlo. Tiempos de entrega, un problema muy frecuente debido a que las piezas llegan de U.S.A. y aduanas se demora demasiado en entregar salida a la carga.

### Avatar 2 Personas Jurídicas empresas que utilizan equipos Mac



#### **4.4.2 Demanda Potencial**

Según el estudio de mercado y las fuentes secundarias tomadas de la facturación y datos de la empresa matriz, se registra \$11270 promedio mensualmente; cabe destacar que los mejores meses de “iFix Eloy Alfaro” son enero, marzo, septiembre y diciembre, mientras que, por lo contrario, los meses con mayor dificultad financiera son: mayo, junio y febrero. La cantidad de público atendido es de 111 usuarios aproximadamente en un mes promedio; trabajando de lunes a viernes de 8:30 a 6 pm y sábados de 10 am a 4 pm. Se estima, según el estudio de mercado, que la nueva agencia a abrir tenga una aceptación del 30% de la demanda actual al iniciar, dando un total de ventas mensuales de \$3381, con un número de 33 personas entendidas mensualmente (dato conservador).

Tabla demanda potencial

<b>Año 2021</b>	<b>Ventas</b>	<b>Promedio client</b>	<b>30% estimado</b>
Enero	\$ 13,503.01	110	33
Febrero	\$ 10,103.91	101	30.3
Marzo	\$ 12,808.06	120	36
Abril	\$ 11,428.00	111	33.3
Mayo	\$ 9,811.13	76	22.8
Junio	\$ 7,485.20	74	22.2
Julio	\$ 11,476.75	124	37.2
Agosto	\$ 10,759.25	116	34.8
Septiembre	\$ 13,075.99	132	39.6
Octubre	\$ 10,978.37	112	33.6
Noviembre	\$ 10,494.97	111	33.3
Diciembre	\$ 13,235.51	143	42.9
Total	\$ 135,160.15	1330	399
Promedio mensual	\$ 11,265.55	110.8333333	33.25

#### **4.4.3 Mezcla de Mercadotecnia**

Con el fin de satisfacer a la nueva demanda potencial se plantea planificar y administrar todos los recursos que existen en la empresa basándose en los 4 componentes del marketing: producto, plaza promoción y precio

### **Producto**

Los productos, según el estudio de mercado y el reporte de ventas 2021 del local matriz, indican que con el 15% el cambio de baterías y de pantallas son el objeto más vendido y demandado por los usuarios iFix; en el año pasado se entiende que de cada 10 clientes 3 acuden al establecimiento por el servicio de cambio de batería o pantalla a su equipo móvil iPhone. En tercer lugar, con un 12 %, está la venta de accesorios en los cuales se destacan:

- Cargador Apple 20w original (producto que no incluyen los nuevos iPhone)
- Cable lightning Apple usb A original (cable muy delicado se rompe a los 2 años de uso)
- Estuches silicona Apple (protección externa para celulares)
- Screen Protector para iPhones (láminas de vidrio para proteger la pantalla)
- Cable lightning Ventev nailon y aluminio (cable de carga de gran duración garantía de por vida)
- Estuches transparentes para iPhone

En cuarto y quinto lugar con un 9% está el uso de software para reparación de equipos con daño en actualizaciones, paso o recuperación de información y mantenimientos de equipos personales (MacBook) en sexto lugar está el cambio de baterías y pantallas de iPad, este servicio tiene un grado de reparación muy minuciosa y complicada que pocos centros técnicos poseen. En séptimo puesto se destaca la limpieza y mantenimiento de los iPhone, no es costosa ni compleja, pero muy a menudo un usuario Mac la necesita obligatoriamente. La limpieza de equipos mojados es frecuente todo el año porque las personas piensan que sus equipos son a prueba de agua 100%, pero desconocen que en las letras pequeñas del contrato al usuario, la marca indica lo contrario y si sumergen los equipos al agua la garantía es anulada y su dispositivo corre un gran riesgo a no encender nunca más.

Después el cambio de discos a iMac para mejorar su velocidad no es tan frecuente, pero el margen de utilidad es amplio debido a que para reparar un equipo de estas características se recitan

componentes estrictamente compatibles con el año y modelo de la computadora a trabajar. Con un 5 % se ubica el cambio de componentes externos a equipos Apple; no es tan cotidiano este cambio por la constitución de la mercadería en aluminio, pero hay usuarios que por acciones bruscas rompen componentes nada comunes y dependiendo el modelo se puede cambiar la pieza o soldar la misma. Como penúltimo punto en la cartera de “iFix” destaca el cambio de vidrio y baterías de los IWatch, mismo servicio complejo y costoso por el pequeño tamaño de terminal. Para culminar se menciona el cambio de batería, teclados y pantallas de computadores personales, este servicio no es tan cotidiano porque el precio de los repuestos tienen un costo elevado y además para realizar el cambio se necesita de un extenso tiempo para desmontar y ensamblar la computadora desde cero; por ende la mano de obra también suma al precio de venta final convirtiéndose en una alternativa difícil para el consumidor porque muchas de las veces supera el valor actual del computador y es preferible adquirir uno nuevo.

### Tabla de productos y servicios

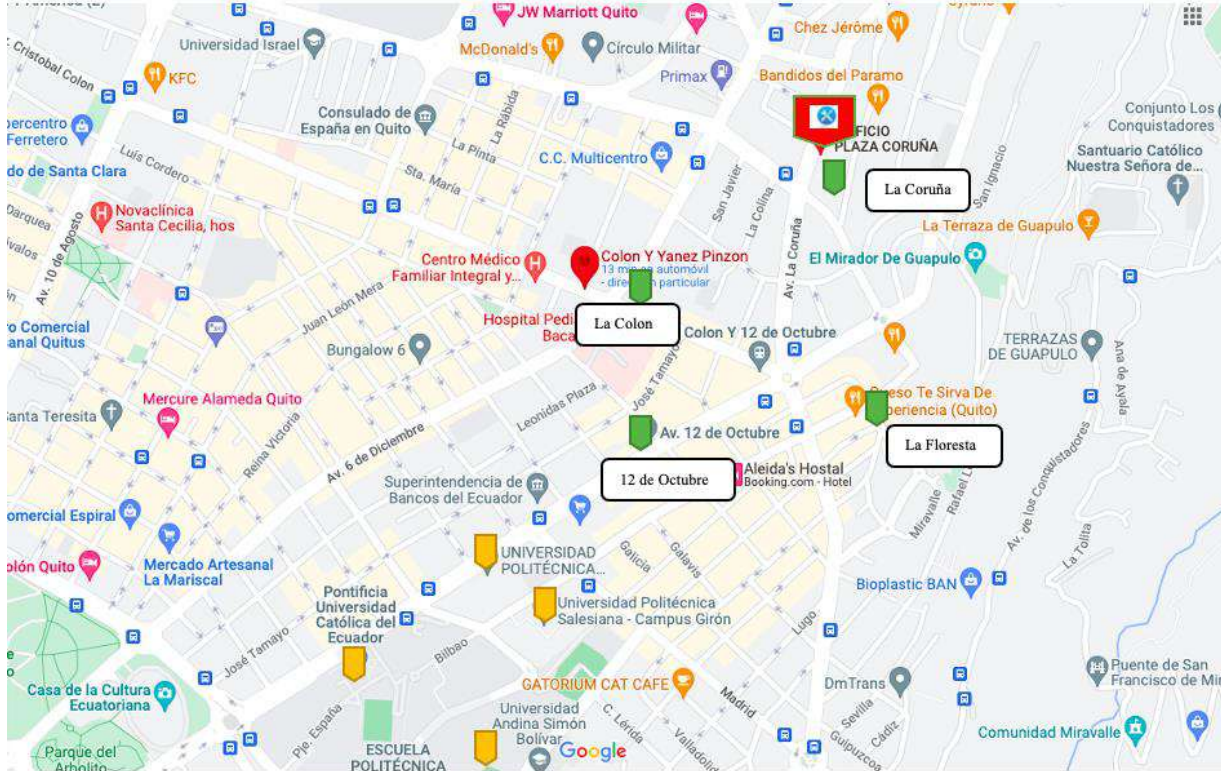
<b>Productos y servicios</b>	<b>% de ventas</b>	<b>Promedio Ventas \$11270</b>	<b>30% estimado</b>
Cambio de baterías iPhone	15.00	\$1,691	\$507.15
Cambio de pantallas iPhone	15.00	\$1,691	\$507.15
Limpieza y mantenimiento iPhone	6.00	\$676	\$202.86
Software y paso de información iPhone	9.00	\$1,014	\$304.29
Otros iPhone (resueldas, pin de carga, cámaras, altavoces, parlantes, etc.)	5.00	\$564	\$169.05
Cambio de pantallas, teclados y baterías computadores	4.00	\$451	\$135.24
Software y mantenimiento computadores	9.00	\$1,014	\$304.29
Limpieza equipos mojados	8.00	\$902	\$270.48
Cambio de baterías y pantallas iPad	7.00	\$789	\$236.67

Cambio de pantallas relojs		\$451	\$135.24
	4.00		
Cambio de discos SSD		\$676	\$202.86
iMac	6.00		
Venta de Accesorios		\$1,352	\$405.72
	12.00		
Total		\$ 11,270.00	\$ 3,381.00

### **Plaza**

Para la ubicación de la sucursal se consideró los datos arrojados del estudio técnico, los cuales definieron que la Curuña y Orellana serian el punto estratégico para la comercialización, puesto que en esta dirección se encuentran universidades y empresas reconocidas, siendo estas el mercado meta el cual está identificado en primera instancia como personas naturales desde los 18 hasta los 30 años con capacidad adquisitiva media-alta para adquirir equipos Apple, en el segundo grupo se encuentran las personas jurídicas que se refiere a empresas que utilizan productos Apple para la eficacia de su trabajo. Adicional se evidenció que en este sector existe seguridad y comodidad para el cliente, ya que se cuenta con un parqueadero exclusivo y guardianía de seguridad. También es importante mencionar que se encuentra cerca al local matriz, lo que permite minimizar el tiempo de logística para cualquier eventualidad que se presente.

### **Mapa ubicación nuevo local**



## **Promoción**

La promoción en “iFix” es analizada dependiendo de la frecuencia de compra, es decir, los meses con mayor volumen de ventas (enero, marzo, septiembre y diciembre) se pauta en menor medida y las publicaciones van de 2 a 3 a la semana, ya que el personal de ventas y servicio técnico están ocupados y se dificulta la grabación de videos publicitarios y contenido digital para redes sociales y página web. Mientras que en meses bajos (febrero, mayo, junio) el pago por publicidad aumenta para intentar atraer el mayor número de clientes posibles y como los colaboradores tienen mayor tiempo libre se dedican a crear contenido en plataformas digitales como: Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp, Business y Twitter. El número de publicaciones dependiendo la semana van de 3 a 5 videos con contenido (videos, post, ofertas, reels, etc.)

El contenido que se maneja en las plataformas digitales está acorde a la industria de la reparación, al mundo Apple, consejos, felicitaciones de clientes, etc. La competencia es analizada constantemente con el objetivo de planificar y promocionar las tendencias o fenómenos digitales que están en vanguardia en el mercado. Los temas a tratar en los videos o publicaciones son desarrollados según el estudio de mercado y el índice de ventas, donde por ejemplo se indica que

con un 30% los clientes que acuden a “iFix” lo hacen para cambiar sus pantallas o baterías y este dato es aprovechado para realizar contenido audiovisual del proceso de reparación

Consejos uso Apple.- cada actualización anual trae varias mejoras en software que Apple no informa directamente al usuario; realizar videos interactivos de estas nuevas funciones crea expectativa en los clientes que siguen en redes sociales a “iFix”.

Ofertas productos específicos. – no todo producto que se importa tiene una salida rápida, por ende se verifica la rotación de productos en el análisis inventario, entonces el objeto que tiene inconveniente es puesto en oferta o liquidación para no acumular stock.

Garantía de 2 años. – es el caballo de ataque de la empresa, es la razón más importante porque los clientes prefieren a iFix en vez de la competencia y este accionar hace que sea un punto argüido para aprovecharlo y promocionarlo en todas las redes sociales, folletos, publicidad en vidrios, etc.

Antes y después en reparación. – ver un celular destruido por completo y posteriormente ver un equipo como si no le hubiese pasado nada es tendencia en redes sociales como Tik Tok e Instagram, por tal motivo el personal de ventas intenta filmar como entran los equipos antes de ser reparados y como son entregados después de que el personal técnico hizo su trabajo.

**Tabla promoción anual**

<b>Estrategia de comunicación</b>				
Objetivo General: Integrar, cautivar y promocionar al público en general con contenido sobre reparación, accesorios y satisfacción de cliente atendido				
Cronograma de actividades				
Semana	1	2	3	4
enero	3,4	2,5	3,1	5,4
febrero	1,2,3,5	1,3,4,5	1,2,3	1,2,3,4,5
marzo	3,4	2,5	3,1	5,4
abril	1,2	4,5	3	1,5
mayo	1,2,3,5	1,3,4,5	1,2,3	1,2,3,4,5
junio	1,2,3,5	1,3,4,5	1,2,3	1,2,3,4,5
julio	4,5	1,2	2,3	1,5
agosto	1,2	4,5	3	1,5

septiembre	3,4	2,5	3,1	5,4
octubre	1,2	4,5	3	1,5
noviembre	4,5	1,2	2,3	1,5
diciembre	3,4	2,5	3,1	5,4
<b>Contenido a publicarse</b>			<b>Redes Soc.</b>	<b>Tradicional</b>
1.Reparación pantallas y baterías			Facebook	Folleto
2.Consejos uso Apple			Instagram	Tarjetas
3.Ofertas productos específicos			Tik Tok	Anuncios
4.Garantía de 2 años			WhatsApp	Incentivos
5. Antes y después en reparación			Twitter	MundoMac

El área de marketing tiene un presupuesto destinado para inversión de \$100 mensuales se calcula según los estudios realizados que la nueva agencia debe aportar con un 30% (\$30), los que son destinados en medios digitales y medios tradicionales, como se presenta en la siguiente tabla. Las publicaciones en redes sociales son en su mayoría orgánicas, es decir que no son pagadas y logran ser tendencia en el mundo digital, esto atrae más público objetivo al local físico y además crea un vínculo de profesionalismo hacia la empresa, ya que los procedimientos de reparación que evidencia en los videos tienen procesos complejos y solo personal capacitado podría realizarlo. Casi todos los meses se intenta pautar ofertas y promociones para atraer gente, pero sobre todo en meses donde la demanda desciende y es necesario de un empujón para no llegar a fin de mes en números críticos.

### Tabla acción de promoción

Medios Digitales	Proporciona	Acción	Presupuest o
<b>Redes Sociales</b>			
<b>Facebook</b>	Interacción con los usuarios	orgánico, paga	\$ 15.00
<b>Instagram</b>	Impacto inmediato	orgánico, paga	\$ 15.00
<b>Tik Tok</b>	Llega al público objetivo	orgánico	
<b>WhatsApp Business</b>	Fidelización del cliente	orgánico	
<b>Twitter</b>	Aumentar la base de datos con empresas	orgánico	
<b>Youtube</b>	Posiciona la marca de la empresa	orgánico, paga	
<b>Página web Community Mngr</b>	Segmentación de los anuncios	paga	\$ 30.00
<b>Google ads</b>	Genera confianza	paga	

<b>Correo electrónico</b>	Conexión con personas jurídicas	paga	\$	15.00
<b>Medios Tradicionales</b>				
<b>Rótulos inter y ext</b>	Visibilidad publico en general	paga	\$	15.00
<b>Volantes y tarjetas</b>	Explicación a detalle del servicio	paga	\$	10.00
<b>Total</b>			\$	100.00
Total 30% nueva agencia			\$	<b>30.00</b>

### **Precio**

Los precios que se manejan en la empresa son competitivos en relación con los valores de empresas autorizadas por Apple, pero en comparación a las empresas que no disponen de una certificación Apple, los precios son más altos. Los montos establecidos por servicio son elevados, puesto que “iFix” maneja repuestos con altos estándares de calidad internacional, los mismos que permiten prolongar la vida útil del equipo reparado, para completar el servicio eficaz el personal técnico es capacitado y evaluado por Mundomac que es un distribuidor autorizado. El servicio más solicitado según el estudio de mercado es el cambio de baterías, para este servicio se establece una relación entre costo y beneficio en donde “iFix” entrega dos años de garantía por defecto de fábrica, problemas de carga, etc.

El cambio de pantalla, pin de carga, cámaras, altavoces, parlantes, teclado de iPhone, iPad y MacBook tienen garantía de 1 año. La limpieza y mantenimiento de iPhone es frecuente dependiendo el uso que se le dé al equipo, varios de los usuarios cuando tienen este problema piensan que los equipos tienen una falla física, pero en realidad solo es acumulación de polvo o pelusas en los puertos, la competencia en estos casos cobran la revisión y el cambio de las piezas afectadas mientras que iFix explica al cliente que solo puede ser limpieza y si funciona se cobra \$12,00 y si no se ingresa para reparación del equipo, del 100% de esos casos el 80% solo es cuestión de limpieza ahorrando al cliente un gasto innecesario por tal motivo el cliente confía en la honestidad de la empresa.

Software y paso de información a iPhone e iMac es un proceso sensible porque se debe trabajar con información privada, los usuarios tienen temor de que dicha información sea vulnerada y puesta en riesgo; para contrarrestar estos malestares “iFix” proporciona, un contrato legal al recibir el equipo donde se detalla las políticas de confidencialidad para la tranquilidad y confianza del

usuario. En la limpieza de equipos mojados sucede otro factor de honestidad, pues al entrar agua en los equipos electrónicos puede suceder varios cortos en la placa y afectar a gran cantidad de piezas del celular; por lo tanto, el departamento técnico de “iFix” se destaca por asesorar al cliente a la perfección para que no gaste en un equipo que va a dañarse a posterior y adicional necesita una fuerte inversión para que se encienda y no trabaje en su totalidad.

Cambio de pantallas, relojes y resueltas iPhone, iPad, MacBook son procedimientos complejos que un distribuidor autorizado no puede realizar porque las leyes de Apple disponen que un equipo que tenga daño en la placa madre debe ser reciclado o dado de baja. La competencia no entrega garantía al realizar estos procedimientos, pero “iFix” otorga 3 meses de garantía y siempre indicando que son procesos únicos y la última esperanza para que su inversión no sea perdida. El Cambio de discos SSD de iMac es un servicio no muy conocido por los usuarios Mac debido a que las computadoras de escritorio son planas y a simple vista no tienen tornillos para abrirlas, pero cuando un usuario tiene dificultad con este producto es asesorado por el equipo de ventas de “iFix” y se le informa que la velocidad del equipo aumentaría 10 veces más con 2 años de garantía siempre y cuando el cambio sea con productos homologados por la marca; la organización vende satisfacción y confianza en este producto.

Los accesorios es una parte importante en relación con el precio, los cables y adaptadores Apple cuestan hasta 4 veces más que en la competencia porque estos artículos son 100% originales con código y número de serie para cubrir garantía internacional en todo el mundo.

En el anexo 3 se verifica la lista actual de los precios de “iFix” estos valores incluyen IVA pueden ser pagados con tarjeta de crédito o débito. Valores superiores a \$100 se pueden diferir a 3 meses sin interés y hasta 12 meses con interés con cualquier tarjeta de crédito; si el pago es en efectivo o transferencia, se otorga del 5 al 10% de descuento dependiendo el producto o disponibilidad.

### **Tabla de precios**

<b>Productos y servicios</b>	<b>Costo</b>	<b>Precio P.V.P</b>	<b>Utilidad</b>	<b>Beneficio</b>
Cambio de baterías iPhone	\$10-\$20	\$55-\$100	+ 100%	2 años de garantía
Cambio de pantallas iPhone	\$25- \$250	\$70-\$400	50%	Un año de garantía

Limpieza y mantenimiento iPhone	\$0	\$12	100%	Honestidad
Software y paso de información iPhone	\$0	\$12	100%	Seguridad y Privacidad
Otros iPhone (pin de carga, cámaras, altavoces, parlantes, etc.)	\$20-\$200	\$60-\$200	+ 100%	Un año de garantía
Cambio de pantallas, teclados y baterías computadores	\$50-\$100	\$112-\$195	60%	Un año de garantía
Software y mantenimiento computadores	\$0	\$12	100%	Técnicos Apple
Limpieza equipos mojados	\$0	\$12	100%	Honestidad
Cambio de baterías y pantallas iPad	\$60-\$200	\$125-\$350	40%	Un año de garantía
Cambio de pantallas relojes	\$70-\$90	\$140-\$200	40%	Únicos en reparar
Cambio de discos SSD iMac	\$60-\$180	\$150-\$300	50%	2 años de garantía
Venta de Accesorios	\$3-\$40	\$10-\$50	+ 100%	Un año de garantía
Resueldas iPhone, iPad, MacBook	\$90-\$200	\$150-\$350	40%	Únicos en reparar

### **Gestión de servicio al cliente**

Para optimizar la gestión de servicio al cliente en temas como “espera al reparar los equipos tecnológicos” se ha ideado crear un área de espera “sala coworking” donde el cliente podrá seguir con sus actividades en un ambiente ideado para el trabajo y entretenimiento, la sala de espera constará de:

- Computador y tableta para navegar en internet
- Mini Cafetería
- Punto de carga

Además, en el centro de la zona de recepción se planea instalar un televisor con video en vivo donde se evidencie el trabajo que se está efectuando para garantizar que las piezas o productos que se están instalando son nuevos sin riesgo a mala manipulación por parte de los profesionales técnicos. Es de vital importancia una capacitación continua al personal de ventas y técnico en atención al cliente para garantizar el servicio, la misma que se realizara cada 3 meses de forma obligatoria. Así también se implementará rótulos dentro del local donde se exhiba que “iFix” es una empresa pet friendly acompañado de un buzón de sugerencias para evaluar si las acciones incrementadas tienen impacto.

#### 4.5 Análisis Financiero

El estudio financiero de la nueva sucursal “iFix” permitirá conocer la capacidad monetaria que debe tener la empresa para que el proyecto sea viable; para ello se ha realizado una recopilación de costos de inversión, proyección en ventas, documentos legales para la constitución de la nueva agencia, etc. Todos los datos representados son sustentados con un estudio paulatino de mercado y además un estudio técnico histórico sobre el local matriz Eloy Alfaro.

##### 4.5.1 Inversión de activos fijos

Para la inversión de activos fijos se consideró un listado en el cual se detallará muebles y enseres, maquinaria, equipos, suministros de computación, herramientas, entre otros; con su respectiva depreciación anual y mensual.

**Tabla de inversión de activos fijos de iFix**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	%	DEPRECIACION ANUAL	DEPRECIACION MENSUAL
1	Letrero	\$ 250.00	\$ 250.00	10	\$ 25.00	\$ 2.08
3	Escritorios	\$ 100.00	\$ 300.00	10	\$ 30.00	\$ 2.50
6	Sillas	\$ 25.00	\$ 150.00	10	\$ 15.00	\$ 1.25
5	Estanterías	\$ 150.00	\$ 750.00	10	\$ 75.00	\$ 6.25
3	Computadores personales	\$ 500.00	\$ 1,500.00	3	\$ 500.00	\$ 41.67
4	Cables y conectores	\$ 20.00	\$ 80.00	5	\$ 16.00	\$ 1.33
1	Teléfono Móvil	\$ 250.00	\$ 250.00	5	\$ 50.00	\$ 4.17
1	Impresora	\$200	\$ 200.00	3	\$ 66.67	\$ 5.56
1	Microscopio	\$200	\$ 200.00	10	\$ 20.00	\$ 1.67
1	Fuente de Poder	\$120	\$ 120.00	10	\$ 12.00	\$ 1.00
50	Destornilladores	\$0.70	\$ 35.00	10	\$ 3.50	\$ 0.29

5	Consumibles (goma, estaño, ligas, pasta térmica, etc.)	\$5	\$ 25.00	1	\$ 25.00	\$ 2.08
1	Otros	\$100	\$ 100.00	5	\$ 20.00	\$ 1.67
	<b>Total Activos Fijos Depreciables</b>		<b>\$4260</b>		<b>\$ 858.17</b>	<b>\$ 71.51</b>

#### **4.5.2 Inversión inicial**

Para poner en marcha una nueva sucursal del servicio técnico “iFix” es necesario poseer una variedad de activos que se detallan en el estudio técnico, donde se destaca muebles y enseres, equipos de Computación y tecnología, maquinaria, gastos para la remodelación, publicidad y además activos corrientes o inventarios del nuevo local sumando todos estos gastos llega un total de \$5165 que, añadido a los gastos de constitución, abogados documentos habilitantes, etc. Suma un total de \$6846.71. En la tabla de inversión inicial hay un monto en 0 que se refiere al capital de trabajo dicho monto es contemplando en gastos administrativos, esto es debido a que la sucursal ayuda con el 30% en sueldos de gerente general, contador y presidente, por lo tanto, el capital de trabajo está cubierto por el local matriz y no se proyecta ventas en 0 el primer mes de funcionamiento. Todos los valores detallados en posterior serán el monto de inversión inicial para que el local empiece a laborar legalmente una vez adquirido el predio.

#### **Tabla de inversión inicial**

Descripción	Valor
Total, activos (activos fijos)	\$4260
Gastos de constitución (activos diferidos)	\$1681,71
Capital de trabajo	\$ 0
Total Activos corrientes (inventario)	\$ 905.00
<b>Total</b>	<b>\$ 6,846.71</b>

### 4.5.3 Flujo de ingresos

Considerando los estudios financieros del local matriz y el estudio de mercado desarrollado en el proyecto; se esperan ventas equivalentes al 30 % en el nuevo local, con un valor promedio de \$ 3.381,00 mensuales, los mismos que al año se multiplican a \$40.572.,00. Para identificar el flujo de ingresos se analiza los productos con mayores ingresos económicos vendidos en 20 días laborables (de lunes a viernes), los cuales son: cambio de baterías con una rotación de 0.46 por día (1 batería cada dos días aproximadamente) con un valor unitario promedio de \$55,00 y un margen del 70 % de utilidad, en segundo lugar, está el cambio de pantallas con una rotación de 0.37 (una pantalla cada de 3 días) y un margen de ganancia del 60% y como tercer ítem está la venta de accesorios con 0.68 de movimiento (1 por día) con un margen del 30% de rentabilidad.

#### Tabla flujo de ingresos

Productos	CANTIDAD X (20) DIA	VALOR UNITARIO DIARIO PROMEDIO	VALOR UNITARIO X MES	VALOR POR AÑO
Cambio de baterías iPhone	0.46	\$ 55.00	\$507.15	\$ 6,085.80
Cambio de pantallas iPhone	0.37	\$ 69.00	\$507.15	\$ 6,085.80
Limpieza y mantenimiento iPhone	0.34	\$ 30.00	\$202.86	\$ 2,434.32
Software y paso de información iPhone	0.51	\$ 30.00	\$304.29	\$ 3,651.48
Otros iPhone (resueltas, pin de carga, cámaras, altavoces, parlantes, etc.)	0.12	\$ 69.00	\$169.05	\$ 2,028.60
Cambio de pantallas, teclados y baterías computadores	0.07	\$ 95.00	\$135.24	\$ 1,622.88
Software y mantenimiento computadores	0.34	\$ 45.00	\$304.29	\$ 3,651.48
Limpieza equipos mojados	0.45	\$ 30.00	\$270.48	\$ 3,245.76
Cambio de baterías y pantallas iPad	0.09	\$ 125.00	\$236.67	\$ 2,840.04
Cambio de pantallas relojes	0.05	\$ 150.00	\$135.24	\$ 1,622.88

Cambio de discos SSD iMac	0.07	\$ 150.00	\$202.86	\$ 2,434.32
Venta de Accesorios	0.68	\$ 30.00	\$405.72	\$ 4,868.64
Totales		\$ 878.00	\$ 3,381.00	\$ 40,572.00

Al analizar los balances de años anteriores de la empresa matriz y a la experiencia del negocio en su industria, se estipula que existe un crecimiento promedio anual de 9,5% aproximadamente, por tal motivo se espera el mismo desarrollo en la nueva sucursal, dando como resultado en el segundo año \$ 44.426,34 en ventas, el tercero \$ 48.646,84, el cuarto \$ 53.268,29 y el quinto \$ 58.328,78 paulatinamente.

#### **Tabla de proyección para 5 años**

<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>\$ 40,572.00</b>	44,426.34	48,646.84	53,268.29	58,328.78

#### **4.5.4 Flujo de egresos**

Los egresos están apreciados y anualizados según el estudio técnico aplicado en la nueva sucursal en donde se puede destacar que los gastos administrativos (30% en valores que debe aportar la sucursal para nómina gerentes) y gastos operativos son los más altos del balance después está el arriendo que anualmente se pagaría \$6000 y como otro punto importante está en uso de Datafast que promedia 1200 dólares anuales (Datafast cobra del 4 a 8,42% por transacción realizada según sean los pagos corrientes o diferidos 3 a 12 meses con y sin interés y dependiendo del banco de origen de la tarjeta de crédito o débito). Los gastos en promoción y publicidad varían dependiendo el mes; ya que existen meses de alta afluencia de clientes y declives en ventas en temporadas bajas; pero se toma una cifra promedio mensual de \$ 50 que será usada de la mejor manera para maniobrar cuando las ventas acorten en tiempos difíciles; el gasto anual aproximadamente será de \$600.

Para el primer año se espera que los gastos sean de \$ 37,007.21 según la inflación y el riesgo país se estipula que se aumente el 5%, por lo tanto, para el segundo año llegarían los gastos a \$ 38,857.57 en el tercero a \$ 40,807.48, cuarto a \$ 42,113.53 y en el quinto años a \$ \$ 44,505.88; cabe mencionar que en el flujo financiero neto se estima además un 5% de costos inesperados que podrían causar problema a futuro a la empresa (pandemias, paros, huelgas, etc.)

### Tabla de egresos anualizados

RUBROS GENERALES	Egresos Men	Anual	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos Administrativos 30%	\$ 600.00	\$ 7,200.00	\$ 7,560.00	\$ 7,938.00	\$ 8,334.90	\$ 8,751.65
Gastos Operativos	\$ 1,387.42	\$ 16,649.04	\$ 17,481.49	\$ 18,355.57	\$ 19,273.34	\$ 20,237.01
Arriendo	\$ 500.00	\$ 6,000.00	\$ 6,300.00	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
Condominio	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 630.00	\$ 661.50	\$ 694.58	\$ 29.30
Empresa Eléctrica	\$ 20.00	\$ 240.00	\$ 252.00	\$ 264.60	\$ 277.83	\$ 291.72
Servicio de Internet	\$ 30.00	\$ 360.00	\$ 378.00	\$ 396.90	\$ 416.75	\$ 437.58
Telefonía Convencional	\$ 10.00	\$ 120.00	\$ 126.00	\$ 132.30	\$ 138.92	\$ 145.86
Telefonía Celular	\$ 30.00	\$ 360.00	\$ 378.00	\$ 396.90	\$ 416.75	\$ 437.58
Suministros Oficina	\$ 10.00	\$ 120.00	\$ 126.00	\$ 132.30	\$ 138.92	\$ 145.86
Suministros Cafetería	\$ 5.00	\$ 60.00	\$ 63.00	\$ 66.15	\$ 69.46	\$ 72.93
Mantenimiento de equipos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 200.00
Mantenimiento instalaciones		\$ -	\$ -	\$ 120.00	\$ -	\$ -
Mantenimiento matriculas vehículos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100.00
Seguridad	\$ 60.00	\$ 720.00	\$ 756.00	\$ 793.80	\$ 833.49	\$ 875.16
Servicio de Datafast	\$ 15.00	\$ 180.00	\$ 189.00	\$ 198.45	\$ 208.37	\$ 218.79
Movilización y transporte	\$ 10.00	\$ 120.00	\$ 126.00	\$ 132.30	\$ 138.92	\$ 145.86
Combustibles y Lubricantes	\$ 10.00	\$ 120.00	\$ 126.00	\$ 132.30	\$ 138.92	\$ 145.86
Comisiones Tarjetas de crédito	\$ 100.00	\$ 1,200.00	\$ 1,260.00	\$ 1,323.00	\$ 1,389.15	\$ 1,458.61
Trabajos de Imprenta	\$ 15.00	\$ 180.00	\$ 189.00	\$ 198.45	\$ 208.37	\$ 218.79
Depreciaciones	\$ 71.51	\$ 858.17	\$ 833.17	\$ 833.17	\$ 266.50	\$ 266.50
Viajes y viáticos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Renta Software	\$ 30.00	\$ 360.00	\$ 378.00	\$ 396.90	\$ 416.75	\$ 437.58
Uniformes	\$ 10.00	\$ 120.00	\$ 126.00	\$ 132.30	\$ 138.92	\$ 145.86
Servicios Ocasionales		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Gastos importación	\$ 70.00	\$ 840.00	\$ 882.00	\$ 926.10	\$ 972.41	\$ 1,021.03
Publicidad y Promoción	\$ 50.00	\$ 600.00	\$ 630.00	\$ 661.50	\$ 694.58	\$ 729.30
Totales	\$ 3,083.93	\$ 37,007.21	\$ 38,857.57	\$ 40,807.48	\$ 42,113.53	\$ 44,505.88

#### 4.5.5 Flujo financiero neto

En resumen, el flujo financiero neto indica que los ingresos de los años 1 al 5 van de \$ 40,572.00, \$ 44,426.34, \$ 48,646.84, \$ 53,268.29, \$ 58,328.78, respectivamente, con un crecimiento según la industria y datos secundarios de la empresa matriz del 9,5 %. Mientras que los egresos del año 1 al 5 van de \$ 38,857.57, \$ 40,729.14, \$ 42,891.60, \$ 44,219.21 y \$ 48,956.47 individualmente, con un incremento del 5% anual por inflación y riesgo país; tomando en cuenta que por temas externos como crisis económicas, enfermedades, guerra, inflación mundial, fenómenos naturales, etc. Se ha aumentado un 5 % más, de imprevistos a los egresos anuales, dejando un margen bruto de \$1,714.43 (4%) en el primer año de trabajo, en el segundo año mejora a \$3,697.20 (8%), el tercero se posiciona con un (12%) \$5,755.24, el cuarto con \$9,049.08 (17%), y el quinto por depreciaciones, gastos de mantenimiento y mejoras bajo un punto \$9,372.31(16%).

Para finalizar el flujo financiero neto; de la utilidad bruta se desglosa el 15 % de utilidades, posteriormente el 22% de impuesto a la renta y se suman las depreciaciones, dando como resultado la utilidad neta anual después de impuestos \$1,994.84 para el primer año; este valor aumentaría en el primer año por las depreciaciones porque los equipos de cómputo que son los más costosos tienen 3 años de vida útil y constan como activos de la empresa.

Flujo Financiero Neto					
INGRESOS					
Detalle	AÑO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos anuales	\$ 40,572.00	\$ 44,426.34	\$ 48,646.84	\$ 53,268.29	\$ 58,328.78
EGRESOS					
Detalle	AÑO				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INVERSIÓN					

<b>Total, activos</b>	\$ 4,260				
<b>Capital de trabajo</b>	\$0				
<b>INVERSIÓN DIFERIDA</b>					
<b>Inversión intangible (estudios, permisos, puesta en marcha)</b>	\$ 1,681.71				
<b>Activos corrientes (inventarios)</b>	\$905				
<b>EGRESOS PROYECTADOS</b>					
<b>Gastos Administrativos 30%</b>	\$ 7,200.00	\$ 7,560.00	\$ 7,938.00	\$ 8,334.90	\$ 8,751.65
<b>Gastos Operativos</b>	\$ 16,649.04	\$ 17,481.49	\$ 18,355.57	\$ 19,273.34	\$ 20,237.01
<b>Arriendo</b>	\$ 6,000.00	\$ 6,300.00	\$ 6,615.00	\$ 6,945.75	\$ 7,293.04
<b>Condominio</b>	\$ 600.00	\$ 630.00	\$ 661.50	\$ 694.58	\$ 729.30
<b>Empresa Eléctrica</b>	\$ 240.00	\$ 252.00	\$ 264.60	\$ 277.83	\$ 291.72
<b>Servicio de Internet</b>	\$ 360.00	\$ 378.00	\$ 396.90	\$ 416.75	\$ 437.58
<b>Telefonía Convencional</b>	\$ 120.00	\$ 126.00	\$ 132.30	\$ 138.92	\$ 145.86
<b>Telefonía Celular</b>	\$ 360.00	\$ 378.00	\$ 396.90	\$ 416.75	\$ 437.58
<b>Suministros Oficina</b>	\$ 120.00	\$ 126.00	\$ 132.30	\$ 138.92	\$ 145.86
<b>Suministros Cafetería</b>	\$ 60.00	\$ 63.00	\$ 66.15	\$ 69.46	\$ 72.93
<b>Mantenimiento de equipos</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 200.00
<b>Mantenimiento instalaciones</b>	\$ -	\$ -	\$ 120.00	\$ -	\$ -
<b>Mantenimiento matriculas vehículos</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100.00
<b>Seguridad</b>	\$ 720.00	\$ 756.00	\$ 793.80	\$ 833.49	\$ 875.16
<b>Servicio de Datafast</b>	\$ 180.00	\$ 189.00	\$ 198.45	\$ 208.37	\$ 218.79
<b>Movilización y transporte</b>	\$ 120.00	\$ 126.00	\$ 132.30	\$ 138.92	\$ 145.86
<b>Combustibles y Lubricantes</b>	\$ 120.00	\$ 126.00	\$ 132.30	\$ 138.92	\$ 145.86
<b>Comisiones Tarjetas de crédito</b>	\$ 1,200.00	\$ 1,260.00	\$ 1,323.00	\$ 1,389.15	\$ 1,458.61
<b>Trabajos de Imprenta</b>	\$ 180.00	\$ 189.00	\$ 198.45	\$ 208.37	\$ 218.79
<b>Depreciaciones</b>	\$ 858.17	\$ 833.17	\$ 874.83	\$ 266.50	\$ 266.50
<b>Viajes y viáticos</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Renta Software</b>	\$ 360.00	\$ 378.00	\$ 396.90	\$ 416.75	\$ 437.58
<b>Uniformes</b>	\$ 120.00	\$ 126.00	\$ 132.30	\$ 138.92	\$ 145.86
<b>Servicios Ocasionales</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

<b>Gastos importación</b>	\$	\$ 882.00	\$	\$ 972.41	\$
	840.00		926.10		1,021.03
<b>Publicidad y Promoción</b>	\$	\$	\$	\$ 694.58	\$
	600.00	630.00	661.50		729.30
<b>OTROS GASTOS</b>					
<b>Costos inesperados</b>					
<b>Adicional 5%</b>	\$	\$	\$	\$ 2,105.68	\$
	1,850.36	1,939.48	2,042.46		4,450.59
<b>Total Egresos</b>	<b>\$ 6,846.71</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$ 44,219.21</b>	<b>\$</b>
	<b>38,857.57</b>	<b>40,729.14</b>	<b>42,891.60</b>		<b>48,956.47</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	4%	8%	12%	17%	16%
<b>FLUJO POR PERÍODO</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$ 9,049.08</b>	<b>\$</b>
	<b>1,714.43</b>	<b>3,697.20</b>	<b>5,755.24</b>		<b>9,372.31</b>
<b>(=) UTILIDAD BRUTA</b>	\$	\$ 554.58	\$ 863	\$	\$ 1,406
	257			1,357.36	
<b>(-) 15% UTILIDAD TRAB</b>	\$	\$ 691.38	\$ 1,076.23	\$ 1,692.18	\$
	320.60				1,752.62
<b>(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA</b>	\$	\$ 2,451.24	\$	\$	\$
	1,136.67		3,815.73	5,999.54	6,213.84
<b>(+) DEPRECIACIONES</b>	\$	\$ 833.17	\$	\$ 266.50	\$ 266.50
	858.17		833.17		
<b>(=) UTILIDAD NETA ANUAL</b>	<b>\$ -6,846.71</b>	<b>\$</b>	<b>\$ 3,284.41</b>	<b>\$ 6,266.04</b>	<b>\$ 6,480.34</b>
		<b>\$1,994.84</b>		<b>4,648.89</b>	

#### 4.5.6 Evaluación financiera

##### Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un instrumento financiero que tiene como objetivo calcular cuando las ventas proyectadas puedan cubrir los costos totales de la empresa, además es una herramienta de referencia para identificar en que punto el proyecto podría generar utilidades o pérdidas. Para ello es necesario determinar costos fijos, variables y ventas. En la siguiente tabla se expresan los valores fijos (\$ 33,467.21) y variables (\$ 3,540.00) anualizados de la sucursal iFix.

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS			
CONEPTO		AÑO 1	COSTO FIJO
			COSTO VARIABLE
<b>Gastos Administrativos 30%</b>	\$	7,200.00	\$ 7,200.00
<b>Gastos Operativos</b>	\$	16,649.04	\$
			16,649.04
<b>Arriendo</b>	\$	6,000.00	\$ 6,000.00
<b>Condominio</b>	\$	600.00	\$ 600.00
<b>Empresa Eléctrica</b>	\$	240.00	\$ 240.00

<b>Servicio de Internet</b>	\$	360.00	\$	360.00	
<b>Telefonía Convencional</b>	\$	120.00	\$	120.00	
<b>Telefonía Celular</b>	\$	360.00	\$	360.00	
<b>Suministros Oficina</b>	\$	120.00			\$ 120.00
<b>Suministros Cafetería</b>	\$	60.00			\$ 60.00
<b>Seguridad</b>	\$	720.00	\$	720.00	
<b>Servicio de Datafast</b>	\$	180.00			\$ 180.00
<b>Movilización y transporte</b>	\$	120.00			\$ 120.00
<b>Combustibles y Lubricantes</b>	\$	120.00			\$ 120.00
<b>Comisiones Tarjetas de crédito</b>	\$	1,200.00			\$ 1,200.00
<b>Trabajos de Imprenta</b>	\$	180.00			\$ 180.00
<b>Depreciaciones</b>	\$	858.17	\$	858.17	
<b>Renta Software</b>	\$	360.00	\$	360.00	
<b>Uniformes</b>	\$	120.00			\$ 120.00
<b>Gastos importación</b>	\$	840.00			\$ 840.00
<b>Publicidad y Promoción</b>	\$	600.00			\$ 600.00
<b>TOTALES</b>	\$	<b>37,007.21</b>	\$	<b>33,467.21</b>	\$ <b>3,540.00</b>

### **Análisis punto de equilibrio**

El punto de equilibrio se genera cuando la empresa trabaja a una capacidad del 90.3% con ventas anuales de \$36,666.44, es decir, llegar a esta cantidad representaría no generaría ni ganancia ni perdida, pero si la capacidad aumenta a un 95% y las ventas anuales sobrepasan al valor antes mencionado generará utilidades para la compañía; mientras tanto suponiendo un mal episodio con desastres naturales, pandemias, inflación económica mundial, etc. Por consecuente, la capacidad de ventas bajará del punto de equilibrio y la empresa empezaría a declinar.

### **Punto de equilibrio en función a la capacidad instalada**

$$\begin{aligned}
 \text{Punto de equilibrio} &= \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos Variables}} \\
 &= \frac{33,467.21}{40,572.00 - 3,540.00} \times 100 = \frac{33,467.21}{37,032.00} \times 100 = 90,3\%
 \end{aligned}$$

### **Punto de equilibrio en función a los ingresos**

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$= \frac{33,467.21}{1 - \frac{3,540.00}{40,572.00}} = \frac{33,467.21}{0,9127477} = 36,666.44$$

## Valor Actual Neto

El valor actual neto tiene como finalidad determinar cuanto se va a ganar o perder en una inversión mediante los ingresos y egresos de una empresa, es decir, el proyecto “Nueva sucursal iFix” es evaluado y se establece con una tasa de descuento del 16 % que tiene un 55% de rentabilidad, por lo tanto, el VAN es positivo y la inversión es rentable a la tasa de descuento definida.

## Formula Van

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Fuente: (Velayos, 2014)

Ft: son los flujos de dinero en cada periodo t

I0: es la inversión realiza en el momento inicial (t = 0)

N: es el número de periodos de tiempo

K: es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

Luego de recuperar la inversión inicial se tiene una ganancia total de \$3,679.31; por lo tanto, es bastante aceptable arriesgarse en el proyecto; cabe destacar que la empresa se dedica a servicios, los gastos con mayor jerarquía radican en mano de obra y activos corrientes en consecuencia para que las ventas lleguen a un punto álgido hay que tener presente un servicio al cliente ejemplar, redes sociales activas y garantía en todos los bienes facturados.

Año	Ingresos	Egresos	F. Caja
0			-\$ 6,846.71
1	\$40,572.00	\$ 38,857.57	\$1,714.43
2	\$44,426.34	\$ 40,729.14	\$3,697.20

3	\$48,646.84	\$ 42,891.60	\$5,755.24
4	\$53,268.29	\$ 44,219.21	\$9,049.08
5	\$58,328.78	\$ 48,956.47	\$9,372.31

Tasa de descuento	16%		Conclusión
Valor Actual Neto	\$10,526.02	VAN > 0	Ganancias

### Analisis

Luego de recuperar la inversión inicial se tiene una ganancia total de \$3,679.31; por lo tanto, es bastante aceptable arriesgarse en el proyecto; cabe destacar que la empresa se dedica a servicios, los gastos con mayor jerarquía radican en mano de obra y activos corrientes en consecuencia para que las ventas lleguen a un punto álgido hay que tener presente un servicio al cliente ejemplar, redes sociales activas y garantía en todos los bienes facturados.

<b>VAN=</b>	<b>\$10,526.02 -\$ 6,846.71</b>
<b>Total</b>	<b>\$3,679.31</b>
	<b>POSITIVO</b>

### TIR

La tasa interna de retorno (TIR) es un indicador financiero que permite conocer la rentabilidad que ofrece un proyecto. El TIR evalúa al proyecto para conocer la viabilidad de la inversión, además se pueden hacer comparaciones entre ellas; mientras mayor sea la TIR mejor será la inversión

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

Ft: son los flujos de dinero en cada periodo t

I0: es la inversión realiza en el momento inicial (t=0)

n: es el número de periodos de tiempo

Tasa de descuento	16%		Conclusión
Tasa Interna de Retorno	55%	TIR > 16%	Rentable

### **Análisis**

La tasa de descuento que manejan los bancos en el Ecuador es del 16% tomando en cuenta la inversión inicial la tasa que deja en 0 al Van sería 55% la misma que es mayor al valor de la tasa de descuento vigente, por lo tanto, el proyecto es rentable y viable.

## Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

Después de un arduo trabajo de investigación y recopilación de datos, se concluye que es factible la creación de una sucursal de “iFix Ec” en el sector norte de Quito (sector la Coruña) porque según el estudio de mercado y el estudio técnico de ubicación existe una demanda insatisfecha del 34,2% (131 personas de 284 encuestados) en dicha ubicación. Estos posibles clientes necesitan una oferta de servicios técnico especializado en Apple que destaquen en:

- Garantía extendida para todas sus reparaciones
- Técnicos certificados por Apple, es decir, mano de obra especializada en la marca
- Precios adecuados, ya que distribuidores de Apple pueden hacer el trabajo con piezas originales, pero el arreglo costaría más que el equipo dañado en cuestión.

Se desarrolló un estudio técnico donde se detalló la ingeniería, el tamaño y la localización para la apertura del nuevo local. Respecto a la ingeniería se estableció un layout o plano referencial para distribuir al nuevo local, donde se fracciona la parte técnica con el área de ventas, además para proyectar las divisiones y posibles gastos de inversión inicial fue necesario investigar los activos fijos y corrientes (\$5165 AF y \$905 AC) para poner en marcha el proyecto.

Con la finalidad de conocer tamaño de la nueva sucursal se toman datos secundarios de las ventas de la matriz, donde se establece que una nueva sucursal vendería un 30 % de las ventas del local principal (\$3381 mensuales y \$40572 anual) con productos y servicios como:

- Cambio de baterías iPhone
- Cambio de pantallas iPhone
- Limpieza y mantenimiento iPhone
- Software y paso de información iPhone
- Otros iPhone (resueltas, pin de carga, cámaras, altavoces, parlantes, etc.)
- Cambio de pantallas, teclados y baterías computadores
- Software y mantenimiento computadores
- Limpieza equipos mojados

- Cambio de baterías y pantallas iPad
- Cambio de pantallas relojes
- Cambio de discos SSD iMac
- Venta de Accesorios

Con los antecedentes mencionados se necesitaría de un técnico especialista en Apple, un vendedor con conocimiento en tecnología e informática y una persona de limpieza para operar en un local aproximado de 45 m<sup>2</sup>.

Para la localización se emplea una matriz de ubicación que determina con una ponderación el lugar más adecuado para abrir un nuevo local con factores determinantes como:

- Cercanía público objetivo
- Disponibilidad de servicios
- Operatividad matriz
- Costos del sector
- Facilidades de acceso

Sumando y ponderando resultados, el sector de 12 de Octubre, Coruña, La Floresta y Colón es calificado con 4,15 puntos de 5; siendo esta la más acertada para cumplir los requisitos de la instalación geográfica para el proyecto.

Como último punto se analizó la factibilidad de mercado, financiera, técnica y legal para la apertura de una sucursal “iFix Ec”. Para cumplir con la factibilidad se hicieron estudios técnicos, el área legal (\$1681,71 para constitución) donde se necesitan permisos de: ambiente, permisos municipales, obtención RUC (actualización), patente municipal, permiso de bomberos, contratos de trabajo y honorarios de abogados. Un estudio de mercado para identificar y aprovechar la oferta y demanda del nuevo establecimiento y una disertación financiera aplicando evaluadores económicos en el cual se determinó que el punto de equilibrio es \$36,666.44 con ventas de \$40,572.00 anuales y una capacidad de producción de la empresa de 90,3% entregando un VAN positivo de \$3679,31 y una TIR de 55% sobre una tasa de descuento de 16 %; calificando al proyecto en rentable y capaz de generar utilidad.

## **Recomendaciones**

Como recomendación sé ínsita a aplicar el proyecto, ya que los indicadores financieros apuntan a ganancias favorables y a estabilidad financiera, además un emprendimiento que se expande, genera empleo, paga impuestos que se convierten en obras para el estado, dinamiza la economía del país, y para la marca “iFix” es fructuoso porque empieza a crecer a nivel nacional y en un futuro podría llegar a un nivel internacional; este proyecto si se aplica con determinación y responsabilidad podría convertirse en un manual para crear una cadena de servicios técnicos con excelentes procesos y prestaciones.

Para esta clase de estudios una recomendación práctica es evaluar correctamente los costos fijos, así también lo referente a gastos de activos corrientes, marketing y publicidad, porque pautar un video o post costaría exactamente lo mismo si hay una o 5 agencias diferentes, ya que el mensaje es igual solo que al final hay que mencionar las ubicaciones de todas las extensiones de la empresa es decir entre más agencias los costos bajan y este gasto grande puede ser compartido entre sucursales; aportando mayoritariamente las agencias ya posicionadas y en menor cantidad las recién inauguradas. Lo mismo con inventarios entre más se importe los costos se repartirán entre todas las agencias teniendo mayor variedad de stock a precios más competitivos. En caso de ingresar rivales al mercado se activaría una barrera de precios obligando a este a desplegarse a otra ciudad.

En cuanto a talento humano, mientras más pequeña es la empresa; la selección de personal debe ser drástica y minuciosa. Se debe escoger al colaborador con mejor perfil, con ganas de crecer y presto a aprender, ya que, en una compañía grande, un empleado incapaz puede ser tolerado, mientras aprende, pero en un emprendimiento un colaborador débil va a retrasar al negocio y malgastar los recursos del comercio

Los estudios de mercado a la competencia deben ser continuos, ya que en el ámbito tecnológico las actualizaciones son constantes y una empresa que no innova está destinada a fracasar. La maquinaria extranjera está en constante evolución y arriesgarse en conseguir primero una tecnología nueva hará a la empresa líder en el mercado ganado competitividad y margen, mientras que las pequeñas intentan copiar o igualar procesos.

## Referencias

- Baena, D. (2014). *Análisis financiero*. Google Libros.  
[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=1Xs5DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=estudio+financiero+concepto&ots=w6D67DOyY-&sig=cYUdKc7nOjMzKGk9jUKHfR0b1dY#v=onepage&q=estudio financiero concepto&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=1Xs5DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=estudio+financiero+concepto&ots=w6D67DOyY-&sig=cYUdKc7nOjMzKGk9jUKHfR0b1dY#v=onepage&q=estudio+financiero+concepto&f=false)
- Banco Central del Ecuador. (2021). *Reservas Internacionales*. Banco Central del Ecuador Boletín.  
[https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/IMS\\_662\\_09042021.pdf](https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/IMS_662_09042021.pdf)
- Banco Central del Ecuador. (2022). *Tasas de interés activas efectivas referenciales vigentes agosto 2022*. Banco Central del Ecuador.  
<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Brand, W. (2022). *Tasas de interés suman 11 meses de reducción en Ecuador*. Revista Digital Ekosnegocios. <https://www.ekosnegocios.com/articulo/tasas-de-interes-suman-11-meses-de-reduccion-en-ecuador>
- Calderón, I. (2008). *Estudio de factibilidad - Qué es, definición y concepto | Economipedia*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica. (2021). *Lenín Moreno y su adicción a la deuda externa*. CELAG. <https://www.celag.org/lenin-moreno-y-su-adiccion-a-la-deuda-externa/>
- Dávalos Nelson. (2020). *Cada ecuatoriano genera 5,7 kilos de basura electrónica*. Tendencias. <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/basura-electronica-mundo-ecuador/>
- Doyon, M. (2019). *¿Cómo hacer un plan de negocios exitoso para tu empresa?* Rockcontent. <https://rockcontent.com/es/blog/plan-de-negocios/>
- Dueñas, R. (2019). *¿Qué haces con tu basura electrónica? Lugares donde puedes reciclarla -*

- Misión Sostenible*. Misión Sostenible. <https://misionsostenible.com/que-haces-con-tu-basura-electronica-lugares-donde-puedes-reciclarla/>
- Dzib, A. (2020). *Muestreo estratificado, un tipo de muestreo de probabilidad*. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-estratificado/>
- EMASEO. (2016). *Quito a Reciclar - EMASEO EP*. Copyright. <http://www.emaseo.gob.ec/gestion-ambiental/quitoareciclar/>
- Enciclopedia Económica. (2022). *Demanda de mercado - ¿Qué es?, determinantes, características y más*. Enciclopedia Económica. <https://enciclopediaeconomica.com/demanda-de-mercado/>
- Euroinnova. (2020). *Que son los intereses profesionales*. Questionpro. <https://www.euroinnova.ec/blog/que-son-los-estudios-de-factibilidad>
- Graham, J. (2020). *En medio de la pandemia, las personas mayores luchan con la tecnología, enfrentan desafíos de telesalud y están aislados socialmente* | CNN. Cable News Network. <https://cnnespanol.cnn.com/2020/07/23/en-medio-de-la-pandemia-las-personas-mayores-luchan-con-la-tecnologia-enfrentan-desafios-de-telesalud-y-estan-aislados-socialmente/>
- Hernández, R. (2014). Metodología de la Investigación. En I. editores S.A (Ed.), *Mcgraw-Hill* (sexta edic). McGraw-Hill. [www.elosopanda.com](http://www.elosopanda.com)
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2021). *Empleo , Desempleo y Subempleo 2021 Contenido*. Instituto Nacional de Estadística y Censos. [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/empleo/2021/Marzo-2021/202103\\_Mercado\\_Laboral.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/empleo/2021/Marzo-2021/202103_Mercado_Laboral.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2017). *Tras las cifras de Quito*. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/tras-las-cifras-de-quito/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2022). Boletín Técnico N°06-2022-IPC. *Instituto Nacional de Estadística y Censos*.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC. (2020). Proyección por edades provincias

- 2010-2020 y nacional 2010-2020. En *Instituto Nacional de Estadística y Censos* (pp. 1–12). <https://doi.org/https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC. (2022). Estadísticas Laborales. *Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)*. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-laborales-mayo-2022/>
- Jerez, C., & Nivicela, M. (2014). “Análisis de factibilidad para la apertura de una sucursal del restaurant castillo del rio en la ciudad de Cuenca” [Universidad Salesiana del Ecuador]. En *Repositorio Pontificia Universidad Católica*. <https://docplayer.es/12813888-Universidad-politecnica-salesiana-sede-cuenca-carrera-administracion-de-empresas.html>
- Krugman, Paul; Wells, R. (2016). Fundamentos de economía. En Reverté S.A (Ed.), *Reverté S.A* (Editoria R). Alvagraf S.L. <https://books.google.fr/books?id=MF8sETKKD7EC&printsec=copyright&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- López, D. (2020). *¿Qué es la Oferta? Cómo funciona la oferta Partes de la oferta*. Numdea. <https://numdea.com/oferta.html>
- Mytriplea. (2020). *Ley de la demanda: ¿Qué es Ley de la demanda?* Mytrea. <https://www.mytriplea.com/diccionario-financiero/ley-de-la-demanda/>
- Nuño, P. (2017). Qué es un estudio de mercado. *7 de Julio*. <https://www.questionpro.com/es/estudio-de-mercado.html>
- Pacheco, J. (2022). *7 Características de la Oferta | 2022 | Web y Empresas*. Webyempresas. <https://www.webyempresas.com/caracteristicas-de-la-oferta/>
- Pedrosa, S. (2015). *Oferta - Qué es, definición y significado | 2021 | Economipedia*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- Peiro, A. (2019). *Demanda - Qué es, definición y significado*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Pérez, A. (2019). *Estudio financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo | OBS Business School*. Business School. <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que->

consiste-y-como-llevarlo-cabo

Pindyck, R. S. y, & Rubinfeld, D. L. (2013). Microeconomía 8ª Edición. En *Pearson Educación* (Vol. 8). <http://marefateadyan.nashriyat.ir/node/150>

Registro de la Propiedad y Mercantil. (2021). *Trámites y servicios / Ecuador* -. Guía Oficial de Trámites y Servicios. <https://www.gob.ec/rpmr/tramites/apertura-sucursales>

Regot, B. (2017). *¿Cuánto contamina una pila?* -. EcoPortal.net. [https://www.mundo-geo.es/planeta2030/cuanto-contamina-pila\\_240393\\_102.html](https://www.mundo-geo.es/planeta2030/cuanto-contamina-pila_240393_102.html)

Riquelme, M. (2019). *Oferta (tipos, definición, características y la ley de oferta)* - Web y Empresas. Web y empresas. <https://www.webyempresas.com/oferta/>

Sánchez, J. (2015a). *Estudio de mercado - Qué es, definición y concepto | 2021 | Economipedia*. Economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>

Sánchez, J. (2015b). *Plan de negocio - Qué es, definición y concepto*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/plan-de-negocio.html>

Servicio de Rentas Internas. (2017). Impuesto a la Renta. *Regimen Especial*, 1–1. <https://www.sri.gob.ec/impuesto-renta>

Sevilla, A. (2020). *Ley de oferta y demanda - Qué es, definición y concepto | 2021 | Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/ley-de-oferta.html>

Tapia, E. (2022). *El riesgo país subió a 1.488 puntos a un mes del paro nacional*. Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/riesgo-pais-subio-paro-julio/>

Thompson, I. (2006). *Definición oferta*. Promonegocios.net. <https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>

Torres, W. (2021). *Lasso elimina el ISD para la importación de combustibles*. Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/lasso-isd-importacion-combustibles-ecuador/>

Uriarte, J. (2020). *Demanda: clasificación, factores, características y ejemplos*. Caracteristicas.co. <https://www.caracteristicas.co/demanda/>

Velayos, V. (2014). *Valor actual neto (VAN) - Qué es, definición y significado | 2022 |*

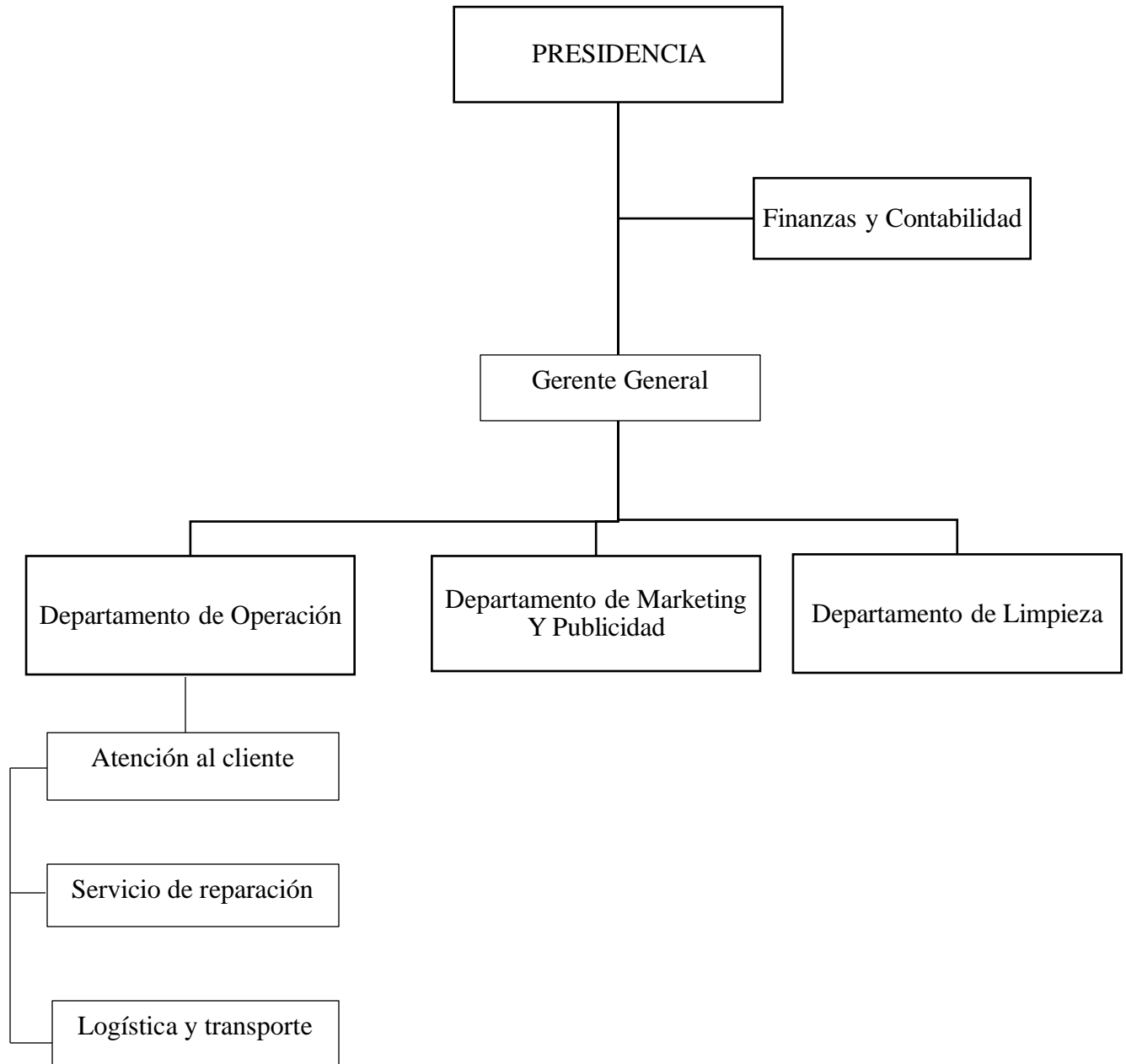
*Economipedia*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>

Weinberger, K. (2009). Plan de negocios Herramienta para evaluar la viabilidad de un negocio. *Wisconsin medical journal*, 69(2), 79–81.

Zamudio, M. A. M. (2014). *Determinación de la demanda 1 | Medición Económica*.  
Medicioneconomica.blogspot.c.

<http://medicioneconomica.blogspot.com/2015/04/determinacion-de-la-demanda-1.html>

## **Apéndice**



## ENCUESTA

¡SU OPINIÓN ES IMPORTANTE!

Saludos cordiales, como parte de un estudio de factibilidad de la Universidad Católica del Ecuador se realiza la presente encuesta donde se solicita su ayuda con la respuesta de las siguientes preguntas. Garantizamos que la información recolectada será manejada con la mayor confidencialidad.

18-30 años

31-45 años

46-65 años

más de 65 años

1.- ¿Usted dispone de algún equipo Apple?

-Si

-No

2.- En caso de que la respuesta sea afirmativa, ¿Cuál de los siguientes dispositivos Apple tiene?;  
(caso contrario la encuesta termina).

- iPhone
- iPad
- Macbook
- iMac
- iWatch
- Air pods

3.- ¿Usted ha realizado mantenimientos o reparaciones a dichos equipos?

-Si

-No

4.- ¿Con qué frecuencia realiza el mantenimiento?

- Cada año
- Cada 2 años
- Cada que mi equipo lo requiera
- Nunca

5.- ¿Dónde realiza el mantenimiento de los equipos?

- Especialistas Apple con amplia garantía y un precio justo al servicio
- Lo más económico posible, con mínima garantía

6.- Qué factores usted considera los más importantes para que un servicio técnico sea de óptimo servicio (seleccione 3)

- Garantía
- Precios adecuados
- Tiempo de entrega
- Ubicación
- Parqueadero
- Presencia en redes sociales
- Técnicos certificados por Apple
- Repuestos de altos estándares de calidad
- Promociones y ofertas.

7.- En el sector que usted se domicilia o trabaja, ¿existen centros de reparación que cumplan con los factores mencionados anteriormente?

-Si

-No

8.- ¿Cómo califica el servicio brindado por centros técnicos DIFERENTES a iFix?

- Para nada Satisfecho
- 1            2            3            4            5
- Muy Satisfecho

9.- ¿Cómo evaluaría usted los servicios prestados por iFix?

- Para nada Satisfecho
- 1            2            3            4            5
- Muy Satisfecho

10.- Después de recibir el servicio con iFix, ¿cómo evaluaría usted la relación costo beneficio?  
(excelente es la mejor ponderación)

- Por Mejorar
- 1            2            3            4            5
- Excelente

11.- Al considerar la experiencia con iFix, ¿cuál es la probabilidad de que recomiendes el servicio?

- Nada Probable
- 1            2            3            4            5
- Muy probable

## LISTA DE PRECIOS IFIX

### PANTALLAS IPHONE

Modelo	Precio	Precio efectivo
iPhone 5	\$ 59	
iPhone 5s	\$ 59	
iPhone SE 1	\$ 59	
iPhone 6S	\$ 69	
iPhone 6	\$ 69	
iPhone 6S +	\$ 69	
iPhone 6 +	\$ 69	
iPhone 7	\$ 69	
iPhone 7 +	\$ 69	
iPhone 8	\$ 89	
iPhone 8 +	\$ 99	
iPhone X	\$ 180	
iPhone XR	\$ 180	
iPhone XS	\$ 180	
iPhone XS Max	\$ 250	-5%
iPhone 11	\$ 199	-5%
iPhone 11 Pro	\$ 250	-5%
iPhone 11 Pro Max	\$ 295	-5%
iPhone SE 2da generación	\$ 125	-5%
iPhone 12/12 Pro	\$ 295	-5%
iPhone 12 Pro Max	\$ 550	-5%
iPhone 13	\$ 395	-5%
iPhone 13 Pro	\$ 550	-5%
iPhone 13 Pro Max	\$ 595	-5%

## LISTA DE PRECIOS IFIX

### BATERÍAS IPHONE

Modelo	Precio	Precio efectivo
iPhone 5	\$ 45	
iPhone 5s	\$ 45	
iPhone SE	\$ 55	\$ 49.99
iPhone 6S	\$ 55	\$ 49.99
iPhone 6	\$ 55	\$ 49.99
iPhone 6S +	\$ 55	\$ 49.99
iPhone 6 +	\$ 55	\$ 49.99
iPhone 7	\$ 55	\$ 49.99
iPhone 7 +	\$ 55	\$ 49.99
iPhone 8	\$ 55	\$ 49.99
iPhone 8 +	\$ 55	\$ 49.99
iPhone X	\$ 69	
iPhone XR	\$ 69	
iPhone XS	\$ 69	
iPhone XS Max	\$ 75	
iPhone 11	\$ 69	
iPhone 11 Pro	\$ 69	
iPhone 11 Pro Max	\$ 89	
iPhone SE 2da generación	\$ 69	

### GLASS APPLE WATCH

Modelo	Precio	Precio efectivo
Series 3	\$ 175	\$ 150
Series 4	\$ 175	\$ 150
Series 5	\$ 175	\$ 150
Series 6	\$ 189	\$ 175
Series 7	\$ 200	\$ 189

# Precio Macbook, IMac iFix 2022

Modelo	Descripcion	Tamaño	Precio
Disco Flash Aura Pro	MB Air (2013-2017), MB Pro (late2013-2015)	240GB	\$220
Disco Flash Aura Pro	MB Air (2013-2017), MB Pro (late2013-2015)	480GB	\$310
Disco Flash Aura Pro	MB Air (2013-2017), MB Pro (late2013-2015)	1TB	\$490
Disco solido Aura pro NT	MB Pro 13" (2016-2017) 2 Puertos	240GB	\$250
Disco solido Aura pro NT	MB Pro 13" (2016-2017) 2 Puertos	480GB	\$330
Disco solido Aura pro NT	MB Pro 13" (2016-2017) 2 Puertos	1TB	\$495
Disco de estado solido	iMac (2012-2019), MB Pro (2009-2012)	250GB	\$125
Disco de estado solido	iMac (2012-2019), MB Pro (2009-2012)	500GB	\$200
Disco de estado solido	iMac (2012-2019), MB Pro (2009-2012)	1TB	\$300
Bateria	MB Pro 13" (2009-2012)		\$112
Bateria	MB Air 13" (2013-2017)		\$125
Bateria	MB Air 11" (2013-2015)		\$125
Bateria	MB pro 13" y 15" (2013-2017)		\$195
Bateria	MB (2015-2017)		\$195
Memoria ram 8GB, 1600MHz	MB pro (2009-2012)	4GBX2	\$130
Memoria ram 16GB, 1600MHz	MB pro (2009-2012)	8GBX2	\$210

**Aumenta la velocidad de tu Mac hasta **10x** más rápido**

**Garantía de 24 meses**



**iFix** | Distribuidor Autorizado **OWC**